

BAB 6

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada 90 responden di unit rawat jalan Rumah Sakit Wiyung Sejahtera Surabaya dapat disimpulkan bahwa :

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa faktor konsumen yang digunakan meliputi variabel umur terdapat (umur 15-34 tahun 9 orang, umur 35-54 tahun 36 orang, umur 55-74 tahun 44 orang, umur >75 tahun 1 orang), Jenis kelamin terdapat (laki-laki 34 orang, perempuan 56 orang), tingkat pendidikan yang paling dominan adalah berpendidikan SD sejumlah 29 orang, pekerjaan yang paling dominan yaitu sebagai IRT sejumlah 41 orang, gaya hidup/pendapatan yang paling dominan yaitu pendapatan sedang Rp.1.500.000- Rp.2.500.000 sejumlah 36 orang.
2. Hasil penelitian didapatkan bahwa minat kunjungan ulang (*relate*) berdasarkan *Experiential Marketing* menyatakan responden dengan kategori baik. Responden dengan kategori baik dan sangat baik sebanyak 86 orang dengan presentase 95,56%.
3. Hasil penelitian dapat diketahui bahwa hubungan faktor konsumen dengan *experiential marketing* (*sense, feel, think, act* dan *relate*) di rumah sakit wiyung sejahtera sebagai berikut :

- a. Pengalaman yang didapatkan oleh responden pada saat mengkonsumsi produk berhubungan oleh faktor umur, pendidikan dan pekerjaan.
 - b. Sebagian besar pelayanan di RS Wiyung Sejahtera memberikan pengalaman yang baik kepada responden. Namun ada beberapa indikator yang memiliki pengalaman kurang baik.
 - c. Pengalaman yang kurang baik dapat dilihat dari isu strategis rata-rata penilaian yaitu *feel* dan *act* yang memiliki kategori tidak baik. Dalam penilaian tersebut disebutkan bahwa responden merasa kurang puas dengan desain interior, merasa kurang puas dengan sikap petugas, merasa kurang puas dengan pelayanan yang cepat dan tepat, merasa kurang puas dengan fasilitas pelayanan di RS Wiyung Sejahtera
4. Hasil penelitian dapat diketahui bahwa hubungan *sense, feel, think, act* berhubungan signifikan dengan minat kunjungan ulang (*relate*).

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan penelitian Analisis Hubungan Faktor Konsumen Dengan Minat Kunjungan Ulang Pasien di Rumah Sakit Wiyung Sejahtera Berdasarkan *Experiential Marketing*, peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam menulis penelitian ini. Untuk itu, peneliti memberikan saran agar mendapat gambaran sebagai bahan pertimbangan dan penyempurnaan penelitian selanjutnya. Maka peneliti menyarankan beberapa hal :

1. Bagi pihak Rumah Sakit Wiyung Sejahtera Surabaya, dengan adanya penelitian ini diharapkan supaya pihak rumah sakit memperbaiki desain interior ruang tunggu rawat jalan melakukan pengecatan ulang menggunakan warna yang soft dan lebih menarik agar terlihat lebih moderen, meninjau ulang pasien supaya perawat terlihat ramah, ketepatan waktu dokter dalam pelayanan sehingga pasien tidak menunggu terlalu lama, memperbaiki fasilitas yang rusak seperti kursi tempat duduk di bagian ruang tunggu rawat jalan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya dapat dijadikan sebagai data dasar yang dapat dikembangkan menjadi penelitian yang lebih baik dan disarankan untuk menggunakan variabel lain seperti membedakan pasien lama dengan pasien baru, status pernikahan, jarak rumah sakit, lokasi rumah sakit, dll.