

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab terdahulu, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Citra rumah sakit berada pada tingkatan baik. Terdapat aspek yang perlu diperhatikan dalam mempertahankan citra di rumah sakit seperti : pelayanan yang disediakan, kebijakan perusahaan, dan reputasi perusahaan
2. Kepuasan pasien berada pada tingkatan kepuasan yang tinggi. Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pasien yaitu : karakteristik produk, kepercayaan, harga, pelayanan, lokasi, fasilitas, citra, desain visual, suasana, dan komunikasi
3. Loyalitas pasien berada pada tingkatan loyalitas yang tinggi. Faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah : kepuasan pelanggan, kualitas produk atau layanan, citra merek, nilai yang dirasakan, kepercayaan, relasional pelanggan, biaya peralihan, dependabilitas.
4. Citra rumah sakit terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.
5. Citra rumah sakit terdapat pengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan diatas, saran yang dapat penulis berikan adalah pihak rumah sakit diharuskan meningkatkan citra rumah sakit sebagai aspek yang dapat meningkatkan marketing. Peningkatan citra di rumah

sakit dapat ditinjau melalui aspek yang ada pada rumah sakit, seperti aspek tenaga kesehatan, aspek gedung dan ruangan, aspek fasilitas, aspek peralatan dan obat-obatan, aspek proses layanan, aspek biaya, aspek aksesabilitas. Pihak rumah sakit harus memperhatikan tingkat kepuasan pasien, cara mengukur tingkat kepuasan dapat menggunakan sistem keluhan dan saran, survei kepuasan pelanggan, *ghost shopping*, dan *lost customer analysis*. Pelanggan yang sangat puas akan menyebarkan cerita positif dari mulut ke mulut dan malah akan menjadi iklan berjalan dan berbicara bagi suatu rumah sakit, yang akan menurunkan biaya untuk menarik pelanggan baru. Pihak rumah sakit juga harus memperhatikan tingkat loyalitas pasien dengan cara meningkatkan kepuasan pasien, meningkatkan kualitas layanan, memperbaiki citra merek, memberi nilai perbandingan, meningkatkan kepercayaan, dan meningkatkan relasi pelanggan. Sikap pasien ini akan menunjukkan proses pembelian di masa yang akan datang yaitu dengan melakukan konsumsi ulang atau merekomendasikan layanan rumah sakit kepada orang lain.