

BAB 6

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Hubungan Buaran Pemasaran (*Marketing Mix*) 8P dengan Pemanfaatan Pelayanan Rawat Inap di Rumah Sakit Islam Surabaya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Gambaran dari karakteristik responden di Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Islam Surabaya sebagian besar berjenis kelamin perempuan, usia responden adalah 20-29 tahun, tingkat pendidikan responden sebagian besar adalah SMA, jenis pekerjaan responden sebagian besar adalah pegawai swasta dan penghasilan responden sebagian besar berpenghasilan Rp. 3.000.000- Rp. 5.000.000.
2. Gambaran dari bauran pemasaran di Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Islam Surabayamenunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai bauran produk (*product*) dalam kategori baik (75,5%), bauran harga (*price*) dalam kategori baik (67%), bauran tempat (*place*) dalam kategori baik (56,6%), bauran promosi (*promotion*) dalam kategori baik (69,8%), bauran proses (*procces*) dalam kategori baik (62,2%), bauran SDM (*people*) dalam kategori baik (47,1%), bauran bukti fisik (*physical evidence*) dalam kategori baik (54,7%), bauran produktivitas dan kualitas (*productivity and quality*) dalam kategori baik (73,6%)

3. Hasil uji analisis hubungan antara bauran pemasaran dengan pemanfaatan pelayanan menggunakan korelasi *kendall's tau* mendapatkan hasil 8 unsur bauran pemasaran (*marketing mix*) memiliki hubungan dengan pemanfaatan pelayanan rawat inap dengan hasil koefisien korelasi tertinggi yaitu unsur bauran bukti fisik (*physical evidence*) dengan nilai 0,459 dan nilai pvalue 0,000 yang berarti memiliki hubungan yang signifikan dan termasuk dalam kategori cukup.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan diatas dapat diberikan saran-saran dengan harapan dapat memberikan masukan yang bermanfaat untuk Rumah Sakit Islam Surabaya. Adapun beberapa saran yang dapat diberikan antara lain :

1. Bauran promosi media promosi yang digunakan perlu dilakukan pemilihan secara prioritas dan dilihat tingkat efektifitasnya, sehingga dapat meningkatkan efisiensi biaya dan juga tenaga.
2. Dalam penentuan tarif pelayanan perlu dipertimbangkan dari segi kemampuan masyarakat sekitar dan juga perlu memonitor pesaing secara periodik agar rumah sakit dapat bertahan dan pasien tetap memilih di Rumah Sakit Islam Surabaya.
3. Mengikut sertakan seluruh petugas rumah sakit dalam membantu mempromosikan pelayanan, mempertahankan, dan meningkatkan kualitas pelayanan secara efektif dan sistematis dalam melayani pasien.
4. Untuk penelitian yang akan datang perlu dilakukan penelitian mengenai strategi pemasaran secara lebih mendalam dengan melihat segmentasi

pasar apa, pasar sasaran mana dan *positioning* yang bagaimana yang dapat dilakukan untuk Rumah Sakit Islam Surabaya.