

BAB V

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data, penulis memperoleh simpulan yang dapat diambil dari penelitian, yaitu :

1. Pelayanan Inti (*Core Service*) berpengaruh negatif terhadap *Switching Intention*.
2. Pelayanan *Encounter* (*Encounter Service*) berpengaruh negatif terhadap *Switching Intention*
3. Pelayanan Inti (*Core Service*) berpengaruh positif terhadap *Loyalty Intention*.
4. Pelayanan *Encounter* (*Encounter Service*) berpengaruh positif terhadap *Loyalty Intention*.
5. Pelayanan Inti (*Core Service*) berpengaruh positif terhadap *Overall Satisfaction*
6. Pelayanan *Encounter* (*Encounter Service*) berpengaruh positif terhadap *Overall Satisfaction*.
7. *Overall Satisfaction* berpengaruh negatif terhadap *Switching Intention*.
8. *Overall Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Loyalty Intention*.
9. *Overall Satisfaction* memediasi hubungan antara Kualitas Pelayanan Inti (*Core Service*) dengan *Switching Intention*.
10. *Overall Satisfaction* memediasi hubungan Kualitas Pelayanan *Encounter* (*Encounter Service*) dengan *Switching Intention*.

11. *Overall Satisfaction* memediasi hubungan antara Kualitas Pelayanan Inti (*Core Service*) dengan *Loyalty Intention*.
12. *Overall Satisfaction* memediasi hubungan antara Kualitas Pelayanan *Encounter* (*Encounter Service*) dengan *Loyalty Intention*.

B. Implikasi

1. Teoritis

- a. Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif terhadap Niat Beralih. Sehingga semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin menurunkan niat beralih konsumen.
- b. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Niat Niat Loyalitas. Sehingga semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin meningkatkan niat loyalitas konsumen.
- c. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Keseluruhan. Sehingga semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin meningkatkan Kepuasan keseluruhan konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkan.
- d. Kepuasan Keseluruhan (*Overall Satisfaction*) memediasi hubungan antara Kualitas Pelayanan *Encounter* (*Encounter Service*) dengan Niat Beralih (*Switching Intention*).
- e. Kepuasan Keseluruhan (*Overall Satisfaction*) memediasi hubungan antara Kualitas Pelayanan *Encounter* (*Encounter Service*) dengan Niat Loyalitas (*Loyalty Intention*).

2. Manajerial

- a. Untuk mengurangi Niat Beralih yang dicerminkan oleh: kualitas rendah, komitmen rendah, kepuasan rendah, nilai dan kepercayaan kepada klinik rendah, daya tarik alternatif meningkat, persepsi harga menjadi tinggi, biaya peralihan yang tinggi tetap dikeluarkan, norma subjektif yang negatif dan perilaku pengalihan yang awalnya tidak ada menjadi ada, maka sebaiknya klinik meningkatkan Pelayanan Inti (yang diwujudkan oleh: pendekatan kesehatan terbaik & lengkap, prosedur pelayanan yang mudah, dokter & perawat yang terampil dan pelayanan yang akurat) dan juga meningkatkan Pelayanan Encounter (yang diwujudkan oleh: saling pengertian antara pemberi layanan dan konsumen, pemberian perhatian ekstra, interaksi yang tulus dan pelayanan yang memenuhi kebutuhan pelanggan) supaya niat beralih pelanggan kecil.
- b. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan yang dicerminkan secara perilaku antara lain: customer share, frekuensi kunjungan meningkat, durasi hubungan akan terjalin lebih lama, dan dicerminkan oleh mental antara lain: sikap, preferensi, komitmen dan niat loyalitas, maka sebaiknya klinik meningkatkan Pelayanan Inti (yang diwujudkan oleh: pendekatan kesehatan terbaik & lengkap, prosedur pelayanan yang mudah, dokter & perawat yang terampil dan pelayanan yang akurat) dan juga meningkatkan

Pelayanan Encounter (yang diwujudkan oleh: saling pengertian antara pemberi layanan dan konsumen, pemberian perhatian ekstra, interaksi yang tulus dan pelayanan yang memenuhi kebutuhan pelanggan) supaya niat beralih pelanggan kecil.

- c. Untuk meningkatkan kepuasan keseluruhan pelanggan yang dicerminkan oleh: kepuasan akomodasi klinik Restu Ibu, kepuasan secara pengalaman dan memilih untuk tetap menggunakan klinik Restu Ibu sebagai pilihan utama, maka sebaiknya klinik meningkatkan Pelayanan Inti (yang diwujudkan oleh: pendekatan kesehatan terbaik & lengkap, prosedur pelayanan yang mudah) dan juga meningkatkan Pelayanan Encounter (yang diwujudkan oleh: saling pengertian antara pemberi layanan dan konsumen, pemberian perhatian ekstra, interaksi yang tulus dan pelayanan yang memenuhi kebutuhan pelanggan) supaya niat beralih pelanggan kecil.
- d. Untuk mengurangi niat beralih pelanggan yang tercermin dalam: Kualitas rendah, komitmen rendah, kepuasan rendah, nilai dan kepercayaan kepada klinik rendah, daya tarik alternatif meningkat, persepsi harga menjadi tinggi, biaya peralihan yang tinggi tetap dikeluarkan, norma subjektif yang negatif dan perilaku pengalihan yang awalnya tidak ada menjadi ada, maka Klinik Restu Ibu lebih baik meningkatkan Kepuasan Keseluruhan, dimana dapat tercermin dalam: kepuasan akomodasi klinik Restu Ibu, kepuasan secara

pengalaman dan memilih untuk tetap menggunakan klinik Restu Ibu sebagai pilihan utama.

- e. Untuk meningkatkan niat loyalitas pelanggan yang tercermin dalam perilaku antara lain: customer share, frekuensi kunjungan meningkat, durasi hubungan akan terkalin lebih lama, dan tercermin dalam mental seperti: sikap, preferensi, komitmen dan niat, maka Klinik Restu Ibu lebih baik meningkatkan Kepuasan Keseluruhan, dimana dapat tercermin dalam: kepuasan akomodasi klinik Restu Ibu, kepuasan secara pengalaman dan memilih untuk tetap menggunakan klinik Restu Ibu sebagai pilihan utama.
- f. Kepuasan Keseluruhan (*Overall Satisfaction*) (yang diwujudkan dalam: kepuasan akomodasi klinik Restu Ibu, kepuasan secara pengalaman dan memilih untuk tetap menggunakan klinik Restu Ibu sebagai pilihan utama) dapat mendorong variabel Kualitas Pelayanan Encounter (*Encounter Service*) (yang diwujudkan dengan tindakan saling pengertian, pemberian perhatian ekstra, interaksi yang tulus dan pelayanan yang memenuhi kebutuhan pelanggan) untuk mengurangi niat beralih konsumen.
- g. Kepuasan Keseluruhan (*Overall Satisfaction*) (yang diwujudkan dalam: kepuasan akomodasi klinik Restu Ibu, kepuasan secara pengalaman dan memilih untuk tetap menggunakan klinik Restu Ibu sebagai pilihan utama) dapat mendorong variabel Kualitas Pelayanan Encounter (*Encounter Service*) (yang diwujudkan

dengan tindakan saling pengertian, pemberian perhatian ekstra, interaksi yang tulus dan pelayanan yang memenuhi kebutuhan pelanggan) untuk meningkatkan niat loyalitas konsumen.

C. Keterbatasan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pengaruh variabel kepuasan pelanggan (*overall satisfaction*) dalam memediasi pengaruh variabel kualitas pelayanan (*core service* dan *encounter service*) terhadap variabel niat beralih (*switching intention*) dan variabel niat loyalitas (*loyalty intention*). Meskipun demikian penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Pada saat penelitian, kondisi masih dalam keadaan pandemi, sehingga survey dilakukan dalam metode *blended* (*online* dan *offline*) yang menyebabkan informasi terkait variabel penelitian terbatas.
2. Pengisian kuesioner secara *offline* dibatasi waktu karena kebijakan waktu kunjungan sehingga peneliti memiliki keterbatasan informa