

BAB V. SIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Simpulan

1. Kualitas layanan yang diberikan oleh RSUD Dr. M. Ashari Pemalang tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat inap.
2. Persepsi harga di RSUD Dr. M. Ashari Pemalang berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat inap.
3. Citra Perusahaan di RSUD Dr. M. Ashari Pemalang berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien rawat inap..
4. Kepuasan pasien di RSUD Dr. M. Ashari Pemalang tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien
5. Kualitas Layanan yang diberikan oleh RSUD Dr. M. Ashari Pemalang berpengaruh terhadap loyalitas pasien.
6. Persepsi Harga dalam benak pasien RSUD Dr. M. Ashari Pemalang tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien.
7. Citra Perusahaan RSUD Dr. M. Ashari Pemalang tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien.

B. Implikasi

1. Untuk meningkatkan respon kepuasan konsumen, pihak rumah sakit harus bisa memahami apa yang mereka butuhkan dan apa yang mereka harapkan dari rumah sakit guna mencapai kepuasan yang diinginkan oleh konsumen. Terutama kualitas layanan, karena kualitas layanan merupakan faktor utama agar konsumen menjadi puas. Dimulai dari kesiapan mereka dalam

menghadapi antrian konsumen dalam pendaftaran sampai dengan pengambilan obat, pelayanannya cepat dan adil. Hal ini yang akan membuat konsumen menjadi puas dalam pelayanan di rumah sakit.

2. Demi meningkatkan respon kepuasan konsumen di rumah sakit yang sedang rawat inap, pihak rumah sakit dapat memberikan kontribusi dan kualitas layanan yang memuaskan sehingga mereka tetap loyal kepada rumah sakit.

C. Saran Untuk Penelitian Yang Akan Datang

1. Penelitian ini masih memungkinkan untuk dikembangkan dalam menguji ulang model penelitian dengan memilih lokasi penelitian lain yaitu pada Rumah Sakit Swasta dan karakteristik lain.
2. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut atas variabel-variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti rasa percaya dan kualitas produk dari obat.