

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisa dan pengolahan data pada penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Ekuitas Merk Serta Implikasinya Pada Kepuasan (Mahasiswa Maranatha) di Rumah Sakit Gigi dan Mulut Maranatha”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan kualitas pelayanan di Rumah Sakit Gigi dan Mulut Maranatha termasuk dalam kategori “baik”;
2. Pelaksanaan Brand Equity di Rumah Sakit Gigi dan Mulut maranatha termasuk dalam kategori “baik”;
3. Secara simultan Kualitas Pelayanan (X_1) dan *Brand Equity* (X_2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan total pengaruh 48,5%. Dan secara partial Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan persentase sebesar 11,66%, sedangkan *Brand Equity* (X_2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan persentase sebesar 36,82%.
4. Kualitas Pelayanan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan total pengaruh sebesar 11,66%, terdiri atas pengaruh langsung sebesar 4,62% dan pengaruh tidak langsung sebesar 7,04%, Pengaruh *Brand Equity* signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan total pengaruh sebesar 36,82%, terdiri atas pengaruh langsung sebesar 29,78% dan pengaruh tidak langsung sebesar 7,04%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian diatas, ada beberapa saran yang diajukan untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat berjalan dengan maksimal adalah sebagai berikut :

1. Hal yang berkaitan dengan *emphaty*, RSGM Maranatha harus lebih mengoptimalkan karyawan *front line* untuk dapat berinteraksi secara ramah dan proaktif. Hal ini terlihat dalam percentase indicator yang menunjukkan angka 9% tidak setuju dalam hal keramahan karyawan dalam melayani pasien/konsumen. Jika keramahan dapat ditingkatkan, maka ini akan membantu pasien/konsumen merasa nyaman dan merasa terlayani dengan baik dan menurunkan jumlah persentase tidak setuju pada indikator pernyataan *emphaty*. Mengingat kesan pertama interaksi akan membuat konsumen merasa terlayani dengan baik.
2. Hal yang terkait dengan daya tanggap, diperlukan daya tanggap yang baik dalam memberikan informasi kepada konsumen mengingat tidak semua bersifat ingin bertanya mengenai informasi. Daya tanggap/*responsiveness* merupakan faktor penting dalam kualitas pelayanan untuk memuaskan konsumen. Memastikan konsumen mendapatkan apa yang dibutuhkan akan memungkinkan tercapainya kepuasan konsumen.
3. Hal yang berkaitan dengan persepsi kualitas(*brand equity*), pemasaran perlu ditingkatkan lagi untuk memberikan persepsi bahwa RSGM Maranatha merupakan Rumah Sakit Gigi dan Mulut yang memiliki kualitas dan mutu yang terpercaya.

Berdasarkan penjelasan mengenai kesimpulan diatas, maka terdapat beberapa faktor yang perlu ditingkatkan agar kualitas pelayanan semakin berjalan dengan baik agar terciptanya ekuitas merk yang menandakan bahwa telah tercapai kepuasan konsumen seperti yang diharapkan oleh perusahaan.