

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada Bab IV, maka dapat diambil simpulan bahwa;

- 1) Tingkat *brand awareness* seperti *brand recognition*, *brand recall*, dan *top of mind* memiliki pengaruh dalam keputusan berobat ke RSGM Maranatha khususnya pada masyarakat yang berasal dari Kecamatan Cicendo dan Sukajadi.
- 2) Tidak terdapat perbedaan *brand awareness* antara masyarakat Kecamatan Cicendo dan Sukajadi yang berobat ke RSGM Maranatha.

5.2 Saran

- 1) Rumah Sakit Gigi dan Mulut Maranatha diharapkan dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang dinilai masyarakat sudah baik agar tetap menjadi alasan masyarakat untuk terus menggunakan jasa di RSGM Maranatha.
- 2) Rumah Sakit Gigi dan Mulut Maranatha diharapkan dapat menyebarkan eksistensinya lebih luas lagi melalui media massa atau media sosial untuk meningkatkan *brand recognition* masyarakat yang selama ini sadar hanya karena lokasi yang dekat dengan tempat tinggal dan meningkatkan *brand recall* masyarakat dengan mengedukasi fasilitas pelayanan yang tersedia di RSGM Maranatha.

- 3) Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dengan mengambil responden yang bukan berasal dari Kecamatan Cicendo maupun Sukajadi saja melainkan juga dari kecamatan lain atau penelitian dapat dilakukan dengan metode *accidental sampling* agar dapat menilai *brand awareness* setiap kecamatan.
- 4) Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian mengenai *brand loyalty* terhadap keputusan berobat ke RSGM Maranatha.

