

BAB V

SIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen Rumah Sakit Ibu Dan Anak Limijati di Bandung, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Rumah Sakit Ibu Dan Anak Limijati di Bandung. Hal ini ditunjukkan oleh hasil *sig.* variabel sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi penelitian sebesar 0,05. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 45,29%.
2. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Rumah Sakit Ibu Dan Anak Limijati di Bandung. Hal ini ditunjukkan oleh hasil *sig.* sebesar 0,001 lebih kecil dari tingkat signifikansi penelitian sebesar 0,05. Besarnya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 33,52%.
3. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Rumah Sakit Ibu Dan Anak Limijati di Bandung. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *sig.* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Nilai R square yang dihasilkan adalah sebesar 0.514 atau 51,4%. Dengan demikian variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Rumah Sakit Ibu dan Anak Limijati Bandung sebesar

51,4% sedangkan sisanya sebesar 48,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak masuk dalam model penelitian ini.

4. Peneliti melihat nilai extream (nilai terendah dan nilai tertinggi) tanggapan mengenai kualitas pelayanan (dimensi tangibility). Nilai tertinggi dari tanggapan tersebut adalah pernyataan Rumah sakit memiliki tampilan luar bangunan yang modern dengan nilai rata-rata sebesar 3.86, dan untuk nilai terendah dari tanggapan tersebut adalah pernyataan Kenyamanan tempat tidur ruangan pasien dengan nilai sebesar 3,75. Selanjutnya, tanggapan mengenai kualitas pelayanan (Dimensi Realiability) nilai tertinggi dari tanggapan tersebut adalah pernyataan Reservasi ditangani secara efisien dengan nilai rata-rata sebesar 4.01, dan untuk nilai terendah dari tanggapan tersebut adalah pernyataan ketepatan waktu dalam memulai pengobatan. Selanjutnya, tanggapan mengenai kualitas pelayanan (dimensi responsiveness) nilai tertinggi dari tanggapan tersebut adalah pernyataan karyawan rumah sakit memiliki pengetahuan yang memadai dengan nilai rata-rata sebesar 4.07, dan nilai terendah adalah pasien menerima layanan cepat dari karyawan dnegan nilai rata-rata sebesar 3.91. Selanjutnya, tanggapan mengenai kualitas pelayanan (dimensi assurance) nilai tertinggi dari tanggapan tersebut adalah pernyataan karyawan rumah sakit secara konsisten bersikap sopan kepada saya dengan nilai rata-rata sebesar 3.97, dan nilai terendah dari tanggapan tersebut adalah karyawan rumah sakit menanamkan kepercayaan pada saya dengan nilai rata-rata sebesar 3.74. selanjutnya Tanggapan mengenai kualitas pelayanan (dimensi empathy) nilai tertinggi dari tanggapan tersebut adalah pernyataan kemudahan dalam mengurus administrasi berobat dengan nilai

rata-rata sebesar 4.05, dan nilai terendah pernyataan karyawan sopan dan memperhatikan kepentingan pasien dengan nilai rata-rata sebesar 3.91. Selanjutnya, Tanggapan mengenai kepuasan pelanggan, nilai tertinggi dalam pernyataan tersebut adalah pernyataan layanan medis telah memenuhi apa yang dijanjikan pada pasien dengan nilai rata-rata sebesar 4.07 dan nilai terendah adalah pernyataan saya akan selalu datang ke rumah sakit limijati sebagai pelanggan tetap dengan nilai rata-rata sebesar 3.82. Selanjutnya, Tanggapan mengenai loyalitas konsumen, nilai tertinggi pada pernyataan tersebut adalah pernyataan saya mengatakan hal-hal positif tentang rumah sakit kepada orang lain dengan nilai rata-rata sebesar 4.13, dan nilai terendah adalah pernyataan saya akan merasa kesusahan jika berpindah kerumah sakit lain dengan nilai rata-rata sebesar 3.62.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan ini, maka penulis mencoba memberikan beberapa saran:

1. Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan dua variabel yang terbukti berpengaruh terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Ibu Dan Anak Limijati di Bandung. Oleh karena itu, pihak Rumah Sakit Limijati perlu terus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan khususnya kenyamanan tempat tidur bagi pasien, ketepatan waktu dalam pengobatan, pelayanan makanan dan minuman memadai saat perawatan, kemampuan menanamkan kepercayaan kepada pasien, kesopanan karyawan dan selalu mengutamakan kepentingan pasien. Dengan tingkat kepuasan yang tinggi yang dirasakan

oleh pasien, hal ini juga akan memberikan dampak pada pasien tersebut agar mempertimbangkan untuk selalu datang ke Rumah Sakit Limijati sebagai pelanggan tetap.

2. Peneliti selanjutnya bisa meneliti faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen pada perusahaan sektor lain, misalnya nasabah pada perusahaan perbankan yang ada di kota Bandung. Atau meneliti loyalitas konsumen online pada perusahaan yang bergerak di bidang e-commerce.

