

BAB 6: KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian hubungan bauran pemasaran terhadap minat kunjungan ulang pasien di instalasi rawat inap RSUD Aisyiyah Padang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kurang dari setengah responden (45,7%) tidak berminat melakukan kunjungan ulang, kurang dari setengah responden (45,7%) menyatakan produk kurang baik, kurang dari setengah responden (40%) menyatakan tempat kurang baik, kurang dari setengah responden (38,6%) menyatakan promosi kurang baik, kurang dari setengah responden (41,4%) menyatakan orang kurang baik, kurang dari setengah responden (32,9%) menyatakan proses kurang baik, kurang dari setengah responden (44,3%) menyatakan bukti fisik kurang baik di RSUD Aisyiyah Padang.
2. Terdapat hubungan antara produk terhadap minat kunjungan ulang pasien rawat inap di RSUD Aisyiyah Padang 2025 dengan nilai $p\text{-value} = 0,019$.
3. Terdapat hubungan antara tempat terhadap minat kunjungan ulang pasien rawat inap di RSUD Aisyiyah Padang 2025 dengan nilai $p\text{-value} = 0,021$.
4. Tidak terdapat hubungan antara promosi terhadap minat kunjungan ulang pasien rawat inap di RSUD Aisyiyah Padang 2025 dengan nilai $p\text{-value} = 0,288$.
5. Terdapat hubungan antara orang terhadap minat kunjungan ulang pasien rawat inap di RSUD Aisyiyah Padang 2025 dengan nilai $p\text{-value} = 0,000$.

6. Terdapat hubungan antara proses terhadap minat kunjungan ulang pasien rawat inap di RSUD Aisyiyah Padang 2025 dengan nilai $p\text{-value} = 0,011$.
7. Terdapat hubungan antara bukti fisik terhadap minat kunjungan ulang pasien rawat inap di RSUD Aisyiyah Padang 2025 dengan nilai $p\text{-value} = 0,000$.
8. Faktor yang paling dominan dari bauran pemasaran jasa (produk, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik) yang berhubungan terhadap minat kunjungan ulang pasien rawat inap RSUD Aisyiyah Padang 2025 adalah orang.

6.2 Saran

1. Bagi RSUD Aisyiyah Padang

- 1) RSUD Aisyiyah Padang diharapkan dapat mengembangkan layanan spesialis, tidak hanya terbatas pada pelayanan spesialis dasar, tetapi juga mencakup spesialisasi lanjutan bagi pasien umum, rumah sakit perlu melakukan pembaruan terhadap peralatan medis agar mampu bersaing dengan rumah sakit lain di sekitarnya dan mengembangkan layanan baru.
- 2) RSUD Aisyiyah Padang diharapkan dapat melakukan pemasangan papan informasi mengenai area parkir di halaman depan rumah sakit dan membuat peta area parkir sehingga dapat mengurangi kepadatan di area depan rumah sakit yang menjadi titik utama parkir kendaraan.
- 3) RSUD Aisyiyah Padang diharapkan melakukan evaluasi strategi *segmentation, targeting, dan positioning* (STP) dengan mengidentifikasi kelompok pasien rawat inap dengan kunjungan tertinggi sebagai target potensial. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan

menggandeng dokter spesialis yang terkenal di Kota Padang serta menyebarkan leaflet atau brosur yang memuat daftar nama dokter, spesialisasi, dan jadwal praktik sebagai bentuk promosi langsung. Strategi ini bertujuan untuk memperkuat kepercayaan masyarakat dan meningkatkan minat kunjungan ulang pasien.

- 4) Rumah sakit diharapkan mempertahankan sikap ramah dan empati seluruh petugas serta meningkatkan kompetensi tenaga kesehatan dan non kesehatan melalui pelatihan berkala terkait komunikasi efektif, pelayanan berbasis pasien, dan manajemen keluhan. Selain itu, meningkatkan kompetensi dokter dengan melakukan rekrutmen dokter spesialis yang memiliki reputasi baik dan pengaruh di Kota Padang sehingga memperkuat citra profesional rumah sakit dan meningkatkan kepercayaan masyarakat.
- 5) RSUD Aisyiyah Padang diharapkan meningkatkan kapasitas komunikasi petugas administrasi serta memberikan panduan tertulis berupa lembar informasi yang menjelaskan alur pelayanan secara ringkas yang meliputi alur administrasi, proses pelayanan medis, jadwal kunjungan keluarga, hak dan kewajiban pasien, serta mekanisme pemulangan pasien.
- 6) RSUD Aisyiyah Padang diharapkan untuk dapat melakukan perbaikan dan optimalisasi sarana fisik, seperti meningkatkan kebersihan kamar mandi khususnya pada kamar mandi yang terletak terpisah dengan kamar rawat inap, melakukan penggantian tempat tidur pasien agar lebih nyaman, melakukan penambahan fasilitas bel perawat pada kamar yang belum tersedia, serta menata ulang tata letak kamar dengan menyesuaikan furnitur dan perabot sehingga ruangan terasa lebih luas dan nyaman.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- 1) Diharapkan peneliti selanjutnya menambahkan variabel bauran pemasaran 10P (*produk, price, place, promotion, people, process, physical evidence, performance, power, dan public relation*) agar dapat memberikan gambaran yang lebih komperhensif mengenai bauran pemasaran yang mempengaruhi minat kunjungan ulang pasien.
- 2) Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas subjek penelitian tidak hanya pada pasien rawat inap, tetapi juga mencakup pasien rawat jalan. Dengan membandingkan kedua kelompok tersebut, penelitian dapat memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai bauran pemasaran yang memengaruhi minat kunjungan ulang berdasarkan jenis layanan yang diterima.

