

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan antara lain:

1. Hipotesis 1 pada penelitian ini yaitu *perceived service quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *emotional satisfaction* pada pasien rawat jalan pengguna BPJS di RSUD Dr.Soetomo. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1, diterima
2. Hipotesis 2 pada penelitian ini yaitu *corporate image* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *emotional satisfaction* pada pasien rawat jalan pengguna BPJS di RSUD Dr.Soetomo. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2, diterima
3. Hipotesis 3 pada penelitian ini yaitu *emotional satisfaction* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer behavioral intention* pada pasien rawat jalan pengguna BPJS di RSUD Dr.Soetomo. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3, diterima
4. Hipotesis 4 pada penelitian ini yaitu *perceived service quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer behavioural intention* melalui *emotional satisfaction* pada pasien rawat jalan pengguna BPJS di RSUD Dr.Soetomo. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4, diterima
5. Hipotesis 4 pada penelitian ini yaitu *perceived service quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer behavioral intention* melalui *emotional satisfaction* pada pasien rawat jalan pengguna BPJS di RSUD Dr.Soetomo. Sehingga disimpulkan bahwa hipotesis 5, diterima

## 5.2 Keterbatasan

Keterbatasan yang dimiliki pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada pasien rawat jalan pengguna BPJS di RSUD Dr.Soetomo, sehingga tidak menjangkau responden dari pasien lain pengguna BPJS di RSUD Dr.Soetomo seperti pasien rawat inap pengguna BPJS pada RSUD Dr.Soetomo
2. Kuesioner pada penelitian ini tidak terdapat karakteristik responden seperti gender, pendapatan, pendidikan sehingga penelitian ini kurang memiliki karakteristik responden yang spesifik.

## 5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan peneliti ialah:

1. Saran praktis
  - a. Saran bagi pengelolaan *perceived service quality*

Peningkatan *perceived service quality* pada RSUD Dr.Soetomo dapat dilakukan dengan meningkatkan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki tenaga medis serta para staf penunjang pelayanan pada RSUD Dr.Soetomo. Selain itu perlunya peningkatan sosialisasi yang diberikan oleh RSUD Dr.Soetomo berupa tindakan pencegahan penyakit kepada masyarakat.
  - b. Saran bagi pengelolaan *corporate image*

Peningkatan *corporate image* pada RSUD Dr.Soetomo dapat dilakukan dengan meningkatkan dan mempertahankan kualitas dari RSUD Dr.Soetomo sehingga citra perusahaan tetap baik atau dapat dipercaya. Selain itu peningkatan *corporate image* dapat dilakukan dengan peningkatan teknologi peralatan medis yang modern pada RSUD Dr.Soetomo.
  - c. Saran bagi pengelolaan *emotional satisfaction*

Peningkatan *emotional satisfaction* pada RSUD Dr. Soetomo dapat ditingkatkan dengan meningkatkan pengalaman perawatan pasien pengguna BPJS, pengalaman tersebut dapat meningkat apabila adanya peningkatan fasilitas pada rumah sakit dan peningkatan pelayanan yang diberikan oleh petugas RSUD Dr. Soetomo. Pasien membutuhkan fasilitas yang membuatnya merasa nyaman sehingga pasien bisa merasa lebih rileks dan lebih yakin dalam menjalani pengobatan, selain itu dibutuhkan petugas rumah sakit yang memberikan layanan yang prima kepada pasien

d. Saran bagi pengelolaan *customer behavioral intention*

Peningkatan *customer behavioral intention* pada RSUD Dr. Soetomo dapat dilakukan dengan memberikan layanan perawatan yang tidak dapat diberikan oleh rumah sakit lain dengan tipe dibawah tipe RSUD Dr. Soetomo. Hal itu akan mendorong perilaku positif pasien dalam bentuk memberikan rekomendasi yang diberikan pasien kepada teman dan kerabat yang membutuhkan layanan dari RSUD Dr. Soetomo

2. Saran akademis

Saran bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti variabel yang berkaitan dengan *customer behavioral intention* yang akan menggunakan objek pasien rawat jalan pengguna BPJS pada RSUD Dr. Soetomo atau rumah sakit, dapat mempertimbangkan menggunakan variabel-variabel lain seperti *patient satisfaction*, *price*, dan *perceived value*. Selain itu peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjangkau responden lebih luas yaitu tidak hanya pasien rawat jalan pengguna BPJS namun dapat menjangkau pasien rawat inap dengan melakukan pembagian proporsi yang ideal pada proporsi jenis pasien.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aagja, J. P., & Garg, R. (2010). Measuring Perceived Service Quality For Public Hospitals (PubHosQual) In The Indian Context. *Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 4(1), 61–83.
- Adeniji, Adenike, Omotayo, A., Abiodun, & Joachim, A. (2015). Corporate Image: A Strategy For Enhancing Customer Loyalty and Profitability. *South African Business Research*, 1, 1687–1695.
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53.
- Babin, B. J., & Babin, L. (2001). Seeking Something Different? A Model of Schema Typicality, Consumer Affect, Purchase Intentions and Perceived Shopping Value. *Journal of Business Research*, 54(2), 89–96.
- Bagozzi, R. P. (1992). The Self-Regulation of Attitudes, Intentions, and Behavior. *Social Psychology Quarterly*, 55(2), 178.
- Bei, L. T., & Chiao, Y. C. (2006). The Determinants of Customer Loyalty: An Analysis of Intangible Factors in Three Service Industries. *International Journal of Commerce and Management*, 16(3–4), 162–177.
- Bridson, K., & Mavondo, F. (2011). Corporate Image in The Leisure Services Sector. *Journal of Services Marketing*, 25(3), 190–201.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (2013). Measuring Quality : A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68.
- De Rojas, C., & Camarero, C. (2008). Visitors' Experience, Mood and Satisfaction in A Heritage Context: Evidence From An Interpretation Center. *Tourism Management*, 29, 525–537.
- Durianto, D., Sugiarto., dan Sitinjak, T. (2001). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Giovanis, A. N., Zondiros, D., & Tomaras, P. (2014). The Antecedents of Customer Loyalty for Broadband Services: The Role of Service Quality, Emotional Satisfaction and Corporate Image. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 236–244.
- Ghozali, I., dan Fuad. (2005). Structural Equation Modeling. Semarang: Undip
- Gray, E. R., & Balmer, J. M. T. (1998). Managing Corporate Image and Corporate

- Reputation. *Long Range Planning*, 31(5), 695–702.
- Gronroos, C. (1984). A Service Quality Model and Its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36–44.
- Hawabhay, B. B., Abratt, R., & Peters, M. (2009). The Role of Corporate Communications In Developing A Corporate Brand Image and Reputation In Mauritius. *Corporate Reputation Review*, 12(1), 3–20.
- Hsieh, A. T., & Li, C. K. (2008). The Moderating Effect of Brand Image On Public Relations Perception and Customer Loyalty. *Marketing Intelligence and Planning*, 26(1), 26–42.
- Kessler, D. P., & Mylod, D. (2011). Does Patient Satisfaction Affect Patient Loyalty? *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 24(4), 266–273.
- Ladhari, R. (2009). Service Quality, Emotional Satisfaction, and Behavioural intentions: A study in the hotel industry. *Managing Service Quality*, 19(3), 308–331.
- Liljajander, V., & Strandvik, T. (1997). The Impact of Music on Consumers' Temporal Perceptions: Does Time Fly When You Are Having Fun? *Journal of Service Industry Management*, 73, 87–104.
- Malik, S. U. (2012). Customer Satisfaction, Perceived Service Quality and Mediating Role of Perceived Value. *International Journal of Marketing Studies*, 4(1).
- Mamman, M., Ogunbado, A. F., & Abu-bakr, A. S. (2016). Factors Influencing Customer's Behavioral Intention to Adopt Islamic Banking in Northern Nigeria: a Proposed Framework. *Journal of Economics and Finance*, 7(1), 51–55.
- Nguyen, N., & Leblanc, G. (2001). Quantifying and Managing Risk In Agriculture. *Retailing and Consumer Services*, 227–236.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1998). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *J Retailing*, 64, 12–37.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41.
- Rahman, M. S., Mannan, M., Hossain, M. A., & Zaman, M. H. (2018). Patient's Behavioral Intention: Public and Private Hospitals Context. *Marketing Intelligence and Planning*, 36(3), 349–364.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat

- Safutra, I. (2018). *Optimalkan Layanan Rawat Jalan, Perbaiki Distribusi Antrean Pasien*. Didapat dari [www.jawapos.com/optimalkan-layanan-rawat-jalan-perbaiki-distribusi-antrean-pasien](http://www.jawapos.com/optimalkan-layanan-rawat-jalan-perbaiki-distribusi-antrean-pasien). 15 Oktober 2018, pukul 17:00 WIB.
- Schiffman, L. G., dan Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior (Tenth Edition)*. United States of America: Pearson Education.
- Susanti, C. E. (2015). The Influence of Internal Service Quality toward Patient's Behavioral Intention in Inpatient Unit at The Type C General Hospitals in East Java, Indonesia. *GSTF Journal of Nursing and Health Care JNHCC. Journal of Nursing and Health Care*.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tarus, D. K., & Rabach, N. (2013). Determinants of Customer Loyalty in Kenya: Does Corporate Image Play a Moderating Role?. *TQM Journal*, 25(5), 473–491.
- Trisnantoro, L., & Listyani, E. (2018). Jumlah RS di Indonesia Pertumbuhan RS Publik. Didapat dari [www.persi.or.id/images/2017/litbang/rsindonesia418.pdf](http://www.persi.or.id/images/2017/litbang/rsindonesia418.pdf). 15 Oktober 2018, pukul 15:30 WIB.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction (Edisi ke4)*. Yogyakarta: ANDI
- Wallin Andreassen, T., & Lindestad, B. (1998). Customer loyalty and Complex services. *International Journal of Service Industry Management* (Vol. 9).
- White, C., & Yu, Y. T. (2005). Satisfaction Emotions and Consumer Behavioral Intentions. *Journal of Services Marketing*, 19(6), 411–420.
- Wirtz, J., & Bateson, J. (1999). Consumer Satisfaction With Services Integrating The Environment Perspective In Services Marketing. *Journal of Business Research*, 29(63), 55–66.
- Wong, A. (2004). The Role of Emotional Satisfaction In Service Encounters. *Managing Service Quality*, 14(5), 365–376.
- Yamin, S. (2014). *Rahasia olah data Lisrel*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Yamin, S dan Kurniawan, H. (2009). *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*. Jakarta: Salemba Infotek.