

BAB 7
KESIMPULAN DAN SARAN

BAB 7

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan terhadap beberapa faktor *tangibles* / bukti fisik (X_1), *reliability* / keandalan (X_2), *responsiveness* / daya tanggap (X_3), *assurance* / jaminan (X_4), *empathy* / kepedulian (X_5) yang mempengaruhi kepuasan keluarga pasien (Y), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis yang didapat, terlihat bahwa hasil uji yang diperoleh secara bersama-sama variabel bebas *tangibles* / Bukti fisik, *reliability* / keandalan, *responsiveness* / daya tanggap, *assurance* / jaminan, *empathy* / kepedulian terhadap variabel terikat kepuasan keluarga pasien dengan $F_{hitung} = 101,76$ lebih besar dari $F_{tabel} 2,31$. Untuk nilai koefisien determinasi berganda (R^2) yang didapatkan adalah sebesar 84,3% (Adjusted R-square = 0,843). Dapat diambil kesimpulan bahwa besarnya pengaruh variabel bebas *tangibles* / bukti fisik, *reliability* / keandalan, *responsiveness* / daya tanggap, *assurance* / jaminan, *empathy* / kepedulian dengan variabel terikat kepuasan keluarga pasien sebesar 84,3%, sedangkan 15,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Dan nilai koefisien determinasi (r^2) terbesar adalah untuk variabel *tangibles* / bukti fisik sebesar 0,1954 (19,54%) artinya secara parsial variabel *tangibles* / bukti fisik memberikan pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan keluarga pasien dengan nilai persentase

hubungan sebesar 19,54%.

2. Kelima variabel bebas secara parsial juga memberikan pengaruh terhadap kepuasan keluarga pasien, hal ini dikarenakan variabel *tangibles* / bukti fisik $t_{hitung} = 4,779 > t_{tabel}$ sebesar 1,9855, *reliability* / keandalan $t_{hitung} = 3,694 > t_{tabel}$ sebesar 1,9855, *responsiveness* / daya tanggap (X_3), $t_{hitung} = 2,658 > t_{tabel}$ sebesar 1,9855, *assurance* / jaminan $t_{hitung} = 3,021 > t_{tabel}$ sebesar 1,9855, *empathy* / kepedulian $t_{hitung} = 2,415 > t_{tabel}$ sebesar 1,9855.

7.2. Saran

Kesimpulan di atas dapat dikemukakan menjadi beberapa saran yang bermanfaat bagi Rumah Sakit Jiwa Menur Surabaya untuk meningkatkan kepuasan pasien dimasa yang akan datang, adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan melihat pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien serta dampak loyalitas yang timbul pada masyarakat yang akan menggunakan jasa pengobatan di Rumah Sakit Jiwa Menur Surabaya, dengan demikian dampak penelitian ini akan membawa perkembangan bagi bisnis jasa kesehatan.
2. Rumah Sakit Jiwa Menur Surabaya sebaiknya lebih meningkatkan lagi kelima faktor kualitas layanan, khususnya pada variabel *responsiveness* / daya tanggap dikarenakan sulitnya petugas Rumah Sakit Jiwa Menur bila dimintai bantuan dan kurang cepat dalam melayani keinginan pasien. Demikian variabel lainnya tetap juga harus dipertahankan agar kepuasan pasien dapat terjaga.

3. Strategi yang harus diterapkan untuk Rumah Sakit Jiwa Menur Surabaya, salah satunya adalah Pimpinan dapat memberikan suatu pelatihan kepada petugas Rumah Sakit Jiwa Menur seperti pemberian contoh dalam melayani pasien, cara melaksanakan dan menjalankan tugasnya, serta pemberian contoh bagaimana cara menanggapi dan berkomunikasi yang baik kepada pasien.
4. Mengikuti seminar-seminar atau *workshop* yang diharapkan dapat menjadi penambah wawasan dalam dunia kesehatan, kemajuan teknologi, dan perkembangan penyakit-penyakit yang saat ini semakin luas penyebarannya. Penyediaan kotak saran atau keluhan, sebab kotak saran ini adalah hal yang sangat *subjektif*. Hasil dari saran dan keluhan tersebut diharapkan dapat sebagai *feedback* untuk mengetahui keinginan dan pendapat dari setiap pasien dan dengan demikian Rumah Sakit Jiwa Menur Surabaya tidak semata-mata hanya menjalankan usahanya saja tetapi dapat sebagai masukan untuk mengembangkan usaha, mengingat semakin banyak tempat layanan kesehatan yang bermunculan.
5. Bagi peneliti-peneliti yang terkait, terbuka peluang untuk mengembangkan penelitian ini untuk menjadi lebih baik. Baik menggunakan variabel-variabel lain di luar faktor kualitas layanan, dimana dapat membantu memperjelas tentang kepuasan pasien lebih dalam.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Arcana, Nyoman. 1996, *Pengantar Statistika II Ekonomi Bagian Inferensial*, Surabaya, Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala.
- Assauri, Sofjan . 2003. “*Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction*” dalam *Usahawan*, Jakarta. No. 01, Tahun XXXII, Januari, hal.25-30.
- Barnes, James G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management* (Terjemahan Andreas Winardi). Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Bungin, Burhan. 2005, *Metodologi Penelitian Quantitative*, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, Penerbit Prenada Media Group.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, & Paul W. Miniard. 1995. *Consumer Behavior*. International Edition. Forth Worth: Dreyden Press.
- Gasperz, Vincent. 2006. *Total Quality Management*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Gujarati, Damudar. 1995, *Ekonometrika Dasar*, Terjemahan Sumarno Zains, Jakarta, Erlangga.
- Hadi, Soetrisno, 2001, *Metodologi Research* jilid 1, Yogyakarta, Penerbit Andi Offset, Edisi Pertama, Cetakan ketiga puluh satu.
- Hendrajana .2005. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rawat Jalan di RSUD Dr. Moewardi Surakarta (Tesis)*. Surakarta: Surakarta. Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*, Eleventh Edition, New Jersey : Prentice Hall Inc

-
2005. *Manajemen Pemasaran* Edisi kesebelas. Jilid 1. PT INDEKS Kelompok Gramedia. Copyright 2003. Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2001. *Principles of Marketing*. Ninth Edition, International Edition, New Jersey : Prentice_Hall International, Inc.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2006. *Marketing Management*. Edisi 12. Pearsen International Edition.
- Lovelock, Christopher H. 1988. *Services Marketing : Text, Cases, and Reading*, . New Jersey : Prentice- Hall..
- Lupiyoadi, Rambat, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik*, Jakart, Salemba Empat.
- Nazir Muhammad, 2005, *Metode Penelitian*, Jakarta, Penerbit Galia Indonesia.
- Rangkuti, Freddy, 1997, *Riset Pemasaran*, Cetakan 1, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Santosa, Singgih, 2004, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Jakarta, Penerbit PT. Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma, 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi keempat, Jakarta, Penerbit Selemba Empat.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Supranto, J, 1996, *Statistik Teori dan Aplikasi*, Edisi Kelima, Jilid 1, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Tenner, Arthur R. and Irving J.De Toro 1992. *Total Quality Management*. Addison-Wesley Pub (Sd)
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta, Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy. 2003. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS)*. Yogyakarta, Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2007. *Total Quality management*, Edisi :5. Yogyakarta, Penerbit : Andi.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Candra. 2005. *Service, Quality and Satisfaction*, Edisi : 1. Yogyakarta, Penerbit : Andi Offset.

Zeithaml, Valerie A., Leonard L. Berry, dan A. Parasuraman, 1996, *The Behavior Consequences of Service Quality*, *Journal of Marketing*, Vol.60.pp. 31-46.

www.suaramerdeka.com/harian/0504/30/opi04.htm