

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berlandaskan hasil analisis data dan pembahasan, dapat dirangkum kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan. Meskipun pengaruhnya tidak sebesar pengaruh kepuasan pelanggan, kualitas layanan yang baik tetap berkontribusi pada loyalitas. Hal ini menunjukkan bahwa rumah sakit harus terus meningkatkan kualitas layanan untuk mempertahankan pelanggan.

2. Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan

Penelitian ini menemukan bahwa promosi berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan. Promosi yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan secara langsung, menekankan pentingnya strategi promosi dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pasien. Rumah sakit harus memanfaatkan promosi untuk memperkuat loyalitas pelanggan.

3. Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan pelanggan. Ini menegaskan bahwa rumah sakit perlu memastikan bahwa layanan yang diberikan memenuhi standar

tinggi untuk meningkatkan kepuasan pasien. Kualitas layanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga berpotensi meningkatkan loyalitas pelanggan.

4. Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini menemukan bahwa promosi berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan pelanggan. Strategi promosi yang efektif dapat meningkatkan pengalaman positif pasien, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan mereka. Oleh karena itu, rumah sakit perlu merancang kampanye promosi yang menarik dan informatif untuk menarik perhatian pasien.

5. Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Penelitian ini menemukan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan secara langsung berkontribusi pada peningkatan loyalitas mereka. Temuan ini menegaskan pentingnya fokus pada pengalaman pelanggan untuk membangun hubungan jangka panjang yang kuat.

6. Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi

Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh dalam hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Ini menegaskan bahwa kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas

pelanggan melalui peningkatan kepuasan. Oleh karena itu, rumah sakit harus fokus pada peningkatan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien.

7. Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi

Penelitian ini menemukan bahwa promosi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan secara tidak langsung, tetapi melalui kepuasan pelanggan. Meskipun pengaruhnya lebih kecil dibandingkan dengan kualitas layanan, promosi yang efektif tetap dapat berkontribusi pada loyalitas pelanggan dengan meningkatkan kepuasan mereka. Ini menunjukkan bahwa rumah sakit harus mengintegrasikan strategi promosi dengan upaya untuk meningkatkan kepuasan pasien.

6.2 Saran

1. **Peningkatan Pelatihan Staf:** Manajemen perlu menyelenggarakan pelatihan rutin dan berkelanjutan bagi seluruh staf, baik medis maupun non-medis. Pelatihan ini tidak hanya sekedar meningkatkan keterampilan komunikasi, tetapi juga mencakup aspek pelayanan pelanggan yang komprehensif. Kurikulum pelatihan harus meliputi teknik komunikasi efektif, seperti mendengarkan aktif, memberikan informasi dengan jelas dan empati, serta menangani keluhan pasien dengan profesional dan bijaksana. Selain itu, pelatihan juga perlu menekankan pentingnya pelayanan prima, meliputi standar operasional prosedur (SOP) yang ketat, etika profesi yang tinggi, dan membangun hubungan positif dengan pasien. Simulasi situasi nyata, seperti

penanganan pasien yang kritis atau keluhan yang kompleks, akan sangat bermanfaat untuk mempersiapkan staf menghadapi berbagai tantangan di lapangan. Evaluasi berkala dan umpan balik dari staf akan memastikan efektivitas pelatihan dan memungkinkan penyesuaian kurikulum agar tetap relevan dan efektif. Dengan pelatihan yang komprehensif dan berkelanjutan ini, diharapkan kualitas pelayanan meningkat, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien.

2. **Pengembangan Program Umpan Balik Pasien:** Sistem umpan balik yang efektif dan terstruktur sangat krusial untuk memahami pengalaman pasien secara menyeluruh. Rumah sakit perlu mengimplementasikan berbagai metode pengumpulan umpan balik, seperti survei kepuasan pasca-pelayanan yang terstruktur dan mudah diisi, baik secara online maupun offline. Survei ini harus mencakup pertanyaan-pertanyaan yang spesifik dan terukur untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Selain survei, wawancara mendalam dengan pasien terpilih dapat memberikan wawasan yang lebih kaya dan mendalam tentang pengalaman mereka. Kotak saran yang ditempatkan di lokasi strategis juga dapat memberikan kesempatan bagi pasien untuk memberikan umpan balik secara anonim. Data yang dikumpulkan dari berbagai sumber ini perlu dianalisis secara berkala dan komprehensif untuk mengidentifikasi tren, kekuatan, dan kelemahan layanan. Hasil analisis ini kemudian harus diimplementasikan dalam bentuk rencana aksi yang konkret dan terukur untuk meningkatkan kualitas layanan. Transparansi dalam proses ini, termasuk menginformasikan pasien tentang tindakan yang diambil

berdasarkan umpan balik mereka, akan membangun kepercayaan dan meningkatkan hubungan positif dengan pasien.

3. **Strategi Promosi yang Terintegrasi:** Strategi Promosi yang Terintegrasi merupakan pendekatan yang menyatukan berbagai bentuk promosi untuk menciptakan pesan yang konsisten, efektif, dan saling mendukung dalam upaya menarik, mempertahankan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan, melalui:

a. Penggunaan Berbagai Saluran Promosi Secara Konsisten

1. Kampanye Promosi Multisaluran: Rumah sakit perlu memanfaatkan berbagai saluran komunikasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Beberapa saluran yang bisa digunakan termasuk media sosial, iklan cetak (brosur, pamflet), radio, televisi, website rumah sakit, serta promosi langsung melalui event atau seminar kesehatan. Semua saluran ini harus mengirimkan pesan yang serupa dan saling melengkapi untuk menciptakan kesan yang konsisten di benak calon pasien.
2. Pemasaran Digital dan Media Sosial: Di era digital, rumah sakit perlu memanfaatkan media sosial (seperti Instagram, Facebook, dan YouTube) untuk mengedukasi masyarakat tentang layanan ANC dan memberikan informasi yang bermanfaat. Misalnya, rumah sakit dapat membuat konten video atau artikel mengenai tips kehamilan sehat, yang dapat menarik perhatian ibu hamil atau calon ibu hamil.

b. Konsistensi Pesan dan Branding

1. Branding Rumah Sakit yang Kuat: Dalam setiap saluran promosi, rumah sakit perlu memiliki branding yang jelas, seperti logo, warna, dan pesan yang konsisten. Ini penting agar rumah sakit memiliki identitas yang mudah dikenali oleh masyarakat. Branding yang kuat juga menciptakan citra profesional dan dapat membangun kepercayaan pasien.
 2. Pesan yang Memiliki Nilai Edukasi dan Empati: Untuk layanan ANC, pesan promosi harus tidak hanya menekankan aspek fasilitas atau harga, tetapi juga nilai edukasi dan empati yang dapat dirasakan oleh pasien. Rumah sakit perlu mengedukasi masyarakat tentang pentingnya pemeriksaan kesehatan selama kehamilan dan memberikan informasi yang menenangkan bagi ibu hamil.
- c. Penawaran Paket Layanan Khusus
1. Program Promosi yang Menarik: Rumah sakit dapat membuat program promosi seperti paket layanan ANC yang terjangkau, termasuk pemeriksaan kesehatan lengkap, tes laboratorium, dan konseling gizi, serta memberikan diskon atau penawaran khusus untuk pasien baru. Dengan adanya paket ini, rumah sakit dapat menarik perhatian calon pasien dan memberikan mereka alasan untuk memilih rumah sakit tersebut untuk perawatan kehamilan.
 2. Loyalty Program untuk Pasien yang Berulang: Untuk meningkatkan loyalitas pasien, rumah sakit juga dapat mengimplementasikan program loyalitas yang memberikan keuntungan bagi pasien yang

rutin memeriksakan diri ke rumah sakit. Misalnya, memberikan diskon khusus pada pemeriksaan ANC berikutnya atau memberikan layanan tambahan (misalnya, konsultasi psikologi untuk ibu hamil) untuk pasien yang sudah menggunakan layanan rumah sakit lebih dari satu kali.

d. Mengoptimalkan Pengalaman Pasien dan Testimoni Positif

1. Meningkatkan Pengalaman Pasien Secara Keseluruhan: Pengalaman pasien sangat berpengaruh dalam strategi promosi. Rumah sakit yang memberikan pengalaman positif, mulai dari pendaftaran hingga pasca-perawatan, akan lebih mudah mendapatkan rekomendasi dari pasien. Hal ini dapat dilakukan dengan memastikan pelayanan yang ramah, ruang yang nyaman, dan adanya dukungan informasi yang jelas tentang prosedur yang akan dilakukan.
2. Memanfaatkan Testimoni Pasien untuk Promosi: Testimoni pasien yang puas dengan layanan rumah sakit dapat digunakan sebagai alat promosi yang sangat efektif. Rumah sakit dapat meminta izin dari pasien untuk membagikan cerita mereka dalam bentuk tulisan atau video yang menceritakan pengalaman positif mereka selama perawatan ANC.

e. Meningkatkan kerjasama dengan banyak pihak

1. Kerja sama dengan Asuransi dan perusahaan
2. Kemitraan dengan Klinik atau Profesional Kesehatan Lain: Rumah sakit bisa melakukan kolaborasi dengan klinik-klinik atau

profesional kesehatan lain untuk meningkatkan jangkauan promosi layanan ANC.

3. Kolaborasi dengan Komunitas: Rumah sakit dapat bekerja sama dengan banyak komunitas untuk memperkenalkan layanan ANC ke komunitas yang lebih luas. Kampanye kesehatan masyarakat yang melibatkan rumah sakit juga dapat memperkenalkan pentingnya ANC pada ibu hamil di daerah-daerah yang kurang mendapatkan akses informasi medis.

4. **Penyusunan Konten Edukasi:** Penyusunan Konten Edukasi dalam konteks promosi layanan *Ante Natal Care* (ANC) di rumah sakit memiliki peran penting dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya perawatan kesehatan selama kehamilan, serta mendorong calon pasien untuk memilih rumah sakit sebagai tempat untuk mendapatkan layanan tersebut. Konten edukasi yang efektif akan memberikan informasi yang relevan, mudah dipahami, dan dapat diterima dengan baik oleh audiens. Berikut adalah langkah-langkah dan komponen penting dalam menyusun konten edukasi yang efektif untuk promosi layanan ANC:

- a. Menentukan Tujuan Konten Edukasi:

1. Meningkatkan Kesadaran tentang Kesehatan Kehamilan: Konten edukasi harus berfokus pada meningkatkan kesadaran ibu hamil dan calon ibu tentang pentingnya pemeriksaan kehamilan secara teratur, tanda-tanda bahaya selama kehamilan, serta pentingnya gaya hidup sehat untuk mendukung proses kehamilan yang sehat.

2. Mendorong Pasien untuk Memilih Layanan ANC Rumah Sakit:
Konten edukasi juga harus menunjukkan keunggulan dan kualitas layanan ANC yang disediakan rumah sakit, serta bagaimana rumah sakit tersebut dapat memberikan perhatian dan perawatan terbaik bagi ibu hamil dan bayi.

b. Menentukan Audiens yang Tepat

1. Menyesuaikan Konten untuk Calon Ibu Hamil dan Keluarga: Konten edukasi harus disesuaikan dengan audiens yang menjadi sasaran, dalam hal ini adalah ibu hamil, pasangan mereka, dan keluarga. Pesan yang disampaikan harus mudah dimengerti oleh audiens yang mungkin tidak memiliki latar belakang medis.
2. Fokus pada Audiens yang Beragam: Jika audiens mencakup berbagai kelompok sosial atau demografis, penting untuk membuat konten yang relevan dengan kondisi mereka. Misalnya, konten yang lebih fokus pada ibu hamil yang bekerja, ibu hamil yang lebih tua, atau ibu hamil dengan riwayat penyakit tertentu.

c. Jenis Konten yang Dapat Disusun

1. Artikel dan Blog Edukatif: Menulis artikel yang memberikan penjelasan mendalam tentang topik-topik terkait kesehatan kehamilan yang sering dicari oleh audiens, seperti tips menjaga kesehatan selama trimester pertama, tanda-tanda komplikasi, atau pemahaman tentang nutrisi yang diperlukan ibu hamil.

2. Video Edukasi: Video adalah format yang sangat efektif untuk menyampaikan informasi medis yang kompleks dengan cara yang lebih mudah dipahami. Video bisa berupa animasi, wawancara dengan dokter atau bidan, atau tur fasilitas rumah sakit yang menunjukkan proses pemeriksaan ANC.
 3. Infografis: Infografis adalah cara yang sangat baik untuk menyampaikan informasi medis secara visual dengan cara yang mudah dicerna. Infografis ini bisa menyajikan fakta dan tips penting dalam format yang menarik dan mudah dipahami.
 4. Podcast atau Webinar: Konten berbasis audio atau video dalam bentuk podcast atau webinar juga dapat digunakan untuk mendidik audiens. Format ini memberikan kesempatan bagi pasien untuk mendengarkan atau menonton langsung penjelasan dari para ahli medis.
- d. Konten yang Memberikan Solusi dan Saran Praktis
1. Panduan Praktis untuk Ibu Hamil: Konten edukasi harus tidak hanya memberikan informasi dasar, tetapi juga memberikan saran praktis yang dapat langsung diterapkan oleh ibu hamil dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya, tips untuk mengurangi mual di pagi hari, cara menjaga keseimbangan emosional selama kehamilan, atau saran gizi yang mudah diikuti.
 2. FAQ atau Tanya Jawab: Menyusun bagian FAQ (Frequently Asked Questions) yang berisi pertanyaan yang sering diajukan oleh ibu hamil

dapat sangat membantu. Hal ini menjawab langsung keraguan atau kebingungan yang mungkin dimiliki calon pasien.

e. Penggunaan Bahasa yang Sederhana dan Aksesibel

1. Menghindari Bahasa Medis yang Rumit: Ketika menyusun konten edukasi untuk audiens umum, penting untuk menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, terutama jika audiens tidak memiliki latar belakang medis. Hindari penggunaan istilah medis yang rumit tanpa penjelasan, karena dapat membuat audiens merasa bingung atau tidak tertarik.

2. Pentingnya Empati dalam Komunikasi: Konten edukasi harus disampaikan dengan rasa empati yang tinggi, mengingat kehamilan bisa menjadi periode yang penuh kecemasan bagi sebagian ibu hamil. Menggunakan bahasa yang penuh pengertian dan dukungan dapat menciptakan ikatan emosional yang positif dengan audiens.

f. Menggunakan Testimoni Pasien dan Cerita Sukses

Cerita Pasien untuk Membangun Kepercayaan: Testimoni dari pasien yang telah mengalami layanan ANC di rumah sakit akan memberikan bukti sosial yang kuat dan membantu meningkatkan kredibilitas layanan. Cerita sukses mengenai pengalaman mereka, terutama yang berkaitan dengan perawatan yang mereka terima selama kehamilan, dapat menginspirasi dan meyakinkan calon pasien untuk memilih rumah sakit tersebut.

g. Evaluasi dan Pembaruan Konten secara Berkala

1. **Mengukur Efektivitas Konten:** Rumah sakit perlu memantau dan mengevaluasi efektivitas dari konten edukasi yang telah disusun, melalui analitik media sosial, survei kepada pasien, atau tingkat interaksi audiens dengan konten. Hal ini akan memberikan wawasan mengenai apa yang berhasil dan area yang perlu diperbaiki.
2. **Pembaruan Konten:** Mengingat informasi kesehatan selalu berkembang, rumah sakit perlu memastikan bahwa konten yang disusun selalu diperbarui dengan informasi terbaru dan relevan. Pembaruan ini penting untuk menjaga konten tetap akurat dan sesuai dengan pedoman medis terkini.
5. **Studi Perbandingan:** Peneliti disarankan untuk melakukan studi perbandingan antara Rumah Sakit Ibu dan Anak Kendangsari dengan rumah sakit lain di wilayah yang sama. Hal ini dapat memberikan wawasan tentang praktik terbaik dan area yang perlu ditingkatkan.
6. **Analisis Kualitatif:** Menggunakan metode penelitian kualitatif, seperti wawancara mendalam atau *focus group discussion*, untuk menggali lebih dalam tentang pengalaman pasien dan persepsi mereka terhadap layanan yang diberikan.