BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai hubungan bauran pemasaran 6p dengan loyalitas pasien di instalasi rawat inap Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang tahun 2025 dapat disimpulkan :

1. Berdasarkan distribusi frekuensi loyalitas pasien pada instalasi rawat inap Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang yaitu sebanyak 71,9% pasien loyal dan 28,1% pasien tidak loyal.
2. Berdasarkan distribusi frekuensi produk pada instalasi rawat inap Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang yaitu sebanyak 56,2% menilai baik dan 43,8% menilai kurang baik.
3. Berdasarkan distribusi frekuensi tempat pada instalasi rawat inap Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang yaitu sebanyak 62,5% menilai baik dan 37,5% menilai kurang baik.
4. Berdasarkan distribusi frekuensi promosi pada instalasi rawat inap Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang yaitu sebanyak 57,3% menilai baik dan 42,7% menilai kurang baik.
5. Berdasarkan distribusi frekuensi orang pada instalasi rawat inap Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang yaitu sebanyak 55,2% menilai baik dan 44,8% menilai kurang baik.
6. Berdasarkan distribusi frekuensi proses pada instalasi rawat inap Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang yaitu sebanyak 64,6% menilai baik dan 35,4% menilai kurang baik.

7. Berdasarkan distribusi frekuensi bukti fisik pada instalasi rawat inap Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang yaitu sebanyak 56,2% menilai baik dan 43,8% menilai kurang baik.
8. Tidak terdapat hubungan antara bauran pemasaran produk dengan loyalitas pasien di rawat inap Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang (p -value = 0,886).
9. Terdapat hubungan antara bauran pemasaran tempat dengan loyalitas pasien di rawat inap Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang (p -value = 0,012).
10. Terdapat hubungan antara bauran pemasaran promosi dengan loyalitas pasien di rawat inap Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang (p -value = 0,000).
11. Tidak terdapat hubungan antara bauran pemasaran orang dengan loyalitas pasien di rawat inap Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang (p -value = 1,000).
12. Tidak terdapat hubungan antara bauran pemasaran proses dengan loyalitas pasien di rawat inap Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang (p -value = 0,062).
13. Terdapat hubungan antara bauran pemasaran bukti fisik dengan loyalitas pasien di rawat inap Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang (p -value = 0,009).

B. SARAN

1. Bagi Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang

Diharapkan kepada pihak Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang agar fokus pada penataan ruang rawat inap untuk menciptakan suasana yang lebih nyaman dan fungsional, seperti penggunaan furnitur yang efisien. Rumah sakit juga perlu meningkatkan ketersediaan media promosi dengan memperbanyak distribusi leaflet dan brosur, serta memperbaiki konten dan desain promosi secara digital agar lebih menarik dan informatif.

Diharapkan juga kepada pihak rumah sakit untuk meningkatkan kebersihan, khususnya di area toilet, dan mempertimbangkan penyediaan ruang tunggu yang sederhana dan nyaman bagi keluarga pasien. Perbaikan desain interior yang ramah dan menarik dapat dilakukan dengan penggunaan warna-warna cerah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk mengembangkan hasil penelitian ini kearah yang lebih baik dan optimal serta berbeda dari bauran pemasaran 6P (*product, place, promotion, people, process, physical evidence*) berupa bauran pemasaran 7P atau bauran pemasaran 10P, serta variabel dependen yang berbeda dari loyalitas pasien berupa minat kunjungan ulang atau keputusan pasien dalam menggunakan pelayanan jasa, dan sasaran yang berbeda berupa pasien rawat jalan.