

BAB 7

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan:

1. *Brand Loyalty* yang terdiri *retention* mendapatkan penilaian baik dari responden yaitu sebesar 117 (78%) responden, *referrals* mendapatkan penilaian baik dari responden yaitu sebesar 102 (68%) responden, sedangkan *repeat purchase* mendapatkan penilaian buruk dari responden yaitu sebesar 135 (90%) responden dan *willingness to corporate* mendapatkan penilaian buruk dari responden yaitu sebesar 121 (80,7%) responden
2. Kualitas layanan keperawatan sebagian besar dinilai baik oleh responden yaitu 98 (65,3%) responden
3. Terdapat hubungan antara brand loyalty dengan kualitas layanan keperawatan. Variabel yang paling berpengaruh terhadap kualitas layanan keperawatan adalah *referalls* (rujukan) dengan nilai β 0.441

7.2 Saran

1. Rumah Sakit

Pihak Rumah Sakit diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dengan membentuk ekspektasi mereka melalui kegiatan sosialisai *branding*, kegiatan promosi eksternal, menyediakan kebutuhan pelanggan, dan aktif melakukan audiensi dengan mengundang perwakilan pelanggan untuk

berdialog, serta menjaga pengalaman pelanggan tetap baik selama menggunakan layanan. Selain itu, pihak rumah sakit perlu meningkatkan sikap dan kemampuan SDM khususnya perawat melalui pelatihan-pelatihan yang dapat meningkatkan sikap pelayanan keperawatan yang berbasis islami. Disisi lain bisa juga dengan menggunakan sistem *reward* dan *punishment* sehingga bisa meningkatkan sikap dan kemampuan yang akan memberikan dampak peningkatan kualitas pelayanan keperawatan islami yang diberikan oleh SDM.

2. Perawat

Perawat diharapkan dapat menggunakan modul dari hasil penelitian ini sebagai referensi untuk berperan aktif dalam peningkatan layanan keperawatan yang profesional, ramah, istiqomah, sabar, serta ikhlas.

3. Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian terkait kepuasan dan loyalitas pelanggan secara keseluruhan aspek pelayanan terkait medis maupun non medis dalam penelitian kualitatif untuk melihat lebih dekat dan lebih subyektif apa yang sebenarnya diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan.