BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkanhasilpenelitian yang telah dilakukan, maka penulis mencoba menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Tanggapan responden tentang *Perceived Service Quality* di Rumah Sakit Haeundae Paik adalah sangat baik. Sebagian besar pasien setuju dengan *Perceived Service Quality* yang diberikan oleh Rumah Sakit Haeundae Paik. Semua indikator yang dintanyakan kepada pasien dijawab dengan nilai baik. Hal ini telah mengindikasikan bahwa Rumah Sakit Haeundae Paik telah menjalankan *Perceived Service Quality* dengan baik di semua bagian.

2. Sebagian besar pasien sangat setuju dengan *Customer Relationship Management* (CRM) yang diberikan oleh Rumah Sakit Haeundae Paik adalah sangat baik. Hal ini didukung pada penerapan strategi *technology* yang berkualitas. Hal ini mengindikasikan bahwa Rumah Sakit Haeundae Paik sudah memiliki teknologi yang canggih dan modern.

3. *Customer Loyalty* di Rumah Sakit Haeundae Paik adalah sangat tinggi, dimana para pasien sangat setuju dengan pernyataan tentang *Customer Loyalty.* Walaupun masih ada yang mengatakan bahwa belum siap untuk merekomendasikan Rumah Sakit Haeundae Paik kepada orang lain.

4. Adanya pengaruh dari *Perceived Service Quality* dan *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap *Customer Loyalty* pasien Rumah Sakit Haeundae Paik Busan, Korea Selatan baik secara simultan maupun secara parsial secara signifikan. Hal ini menunjukan bahwa sebagian besar *Customer Loyalty* pasien dipengaruhi oleh *Perceived Service Quality* dan *Customer Relationship Management* (CRM) dan juga dipengaruhi oleh variable-variabel yang lain.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh *Perceived Service Quality* dan *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap *Customer Loyalty* di Rumah Sakit Haeundae Paik, maka penulis memberikan saran yang dapat digunakan oleh manajemen Rumah Sakit Haeundae Paik Busan sebagai berikut:

1. Pada *perceived service quality* sebaiknya dokter, perawat, dan karyawan memberikan informasi yang lebih jelas kepada pasien yang membutuhkannya agar pasien tahu tujuan mereka.
2. Pada *Customer Relationship Management* (CRM) Dokter, perawat dan karyawan yang melayani pasien harus lebih ramah dalam melayani pasien, permasalahan ini sebenarnya sudah lama ada, tapi masih ada saja perawat yang kurang ramah dalam melayani pasiennya. Hal ini harus didasari dari kesadaran yang bersangkutan. Khusus untuk Rumah Sakit Haeundae Paik, sebaiknya diadakan pelatihan rutin untuk para pelayan kesehatan yang ada di Rumah Sakit Haeundae Paik.

3. Pada *Customer Loyalty* sebaiknya Rumah Sakit mencari solusi terbaik agar pasien yang sudah menggunakan jasa Rumah Sakit Haeundae Paik merasa tergerak untuk merekomendasikan Rumah Sakit Haeundae Paik kepada orang lain untuk dating kesana. Penulis sarankan kepada pihak Rumah Sakit Haeundae Paik agar lebih memperhatikan keramahan dalam melayani pasien dan kejelasan informasi yang dibeikan kepada pasien.
4. *Perceived service quality* dan *Customer Relationship Management* (CRM) telah menunjukan pengaruhnya terhadap *customer loyalty,* tapi masih ada beberapa hal yang harus diperbaiki khususnya pada kualitas pelayanan yang diberikan terutama pada keramahan Dokter, perawat dan Karyawan.