

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Dari hasil analisis data-data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil identifikasi tingkat kepentingan atribut dan utilitas level atribut yang menjadi model preferensi pada jasa pelayanan medis RS Bethesda dengan analisis conjoint adalah sebagai berikut:
 - a. Berdasarkan tingkat kepentingan atribut *service*, preferensi jasa pelayanan medis pada RS Bethesda yaitu:
 - 1) Sikap dan perilaku dalam melayani pasien (40,07%)
 - 2) Citra pelayanan rumah sakit (29,97%)
 - 3) Efisiensi tindakan (18,65%)
 - 4) Interaksi dalam menyampaikan pelayanan (11,31%)
 - b. Berdasarkan tingkat kepentingan atribut *facility*, preferensi jasa pelayanan medis pada RS Bethesda yaitu:
 - 1) Akses pelayanan (46,25%)
 - 2) Kelengkapan fitur pelayanan rumah sakit (39,94%)

3) Lingkungan fisik dan non fisik rumah sakit
(13,82%)

c. Berdasarkan utilitas level atribut *service*, preferensi jasa pelayanan medis pada RS Bethesda yaitu:

- 1) Staf paramedis (dokter, asisten dokter, perawat) yang terampil, profesional dan tanggap dalam bertindak (1,1481)
- 2) Kesigapan paramedis dalam bertindak (0,2917)
- 3) Sikap dan perilaku dokter yang baik (ramah, sabar, simpatik, hormat, teliti, perhatian) (1,7569)
- 4) Adanya interaksi/komunikasi yang efektif antara dokter dengan pasien (0,2378)

d. Berdasarkan utilitas level atribut *facility*, preferensi jasa pelayanan medis pada RS Bethesda yaitu:

- 1) Mudah dan cepat dalam melakukan pendaftaran (0,6991)
- 2) Fasilitas pemeriksaan tersedia lengkap dan teknologi canggih (0,2969)
- 3) Tersedia pelayanan penunjang medis (fasilitas rehabilitasi trauma, terapi medis, fisioterapi, hemodialisa, dan tempat penitipan anak) (0,2135)

2. Hasil kombinasi atribut *service* dan kombinasi atribut *facility* yang sesuai dengan preferensi konsumen pada jasa pelayanan medis RS Bethesda dengan analisis conjoint adalah sebagai berikut:

- a. Kombinasi atribut *service*: staf paramedis (dokter, asisten dokter, perawat) yang terampil, profesional dan tanggap dalam bertindak; kesigapan paramedis dalam bertindak; sikap dan perilaku dokter yang baik (ramah, sabar, simpatik, hormat, teliti, perhatian); dan adanya interaksi/komunikasi yang efektif antara dokter dengan pasien.
- b. Kombinasi atribut *facility*: mudah dan cepat dalam melakukan pendaftaran; fasilitas pemeriksaan tersedia lengkap dan teknologi canggih; dan tersedianya pelayanan penunjang medis (fasilitas rehabilitasi trauma, terapi medis, fisioterapi, hemodialisa, dan tempat penitipan anak).

6.2. Saran

Saran-saran yang dapat diberikan penulis berkaitan dengan hasil penelitian ini, yaitu sebaiknya RS Bethesda dapat memprioritaskan, memfokuskan, atau menonjolkan atribut-atribut jasa pelayanan medis berdasarkan tingkat kepentingan menurut preferensi konsumen. Demikian juga dengan kombinasi pada level atribut berdasarkan utilitas terbesar sesuai dengan preferensi pengguna jasanya.

Penilaian peringkat stimuli dengan skala ordinal yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan skala ordinal antara lain, konsistensi penilaian responden di mana tidak akan dijumpai penilaian yang sama untuk sejumlah stimuli yang berbeda. Di sisi lain, penggunaan skala ordinal menjadi lebih sulit digunakan untuk mengambil data responden yang berhubungan dengan penilaian ranking terhadap sejumlah stimuli. Oleh sebab itu, sebaiknya untuk penelitian selanjutnya dapat digunakan skala pengukuran yang dianggap lebih mudah diaplikasikan, sebagai contoh dengan model skala interval. Selain itu, saran untuk penelitian selanjutnya penulis menyarankan agar identifikasi preferensi dapat dilakukan untuk masing-masing instalasi di rumah sakit, sebagai contoh preferensi untuk pelayanan instalasi rawat jalan, pelayanan instalasi rawat inap, pelayanan instalasi farmasi, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Adikoesoemo, Dr. Suparto, 1997, *MANAJEMEN RUMAH SAKIT*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Churcill, Gilbert A., Dawn Iacobucci, 2005, *MARKETING RESEARCH Methodological Foundations*, ed.9, Thomson South-Western, USA.
- Gitlow, Howard S., Alan J. Oppenheim, 2005, *Quality Management*, ed.3, Mc. Graw Hill.
- Green, Paul E., dan V. Srinivasan, 1990, *Conjoint Analysis in Marketing, New Developments with Implications for Research and Practice*, Journal of Marketing Research pp. 3-19.
- Hair, Anderson, Black, 1998, *Multivariate Data Analysis*, ed. 5, Prentice Hall, New Jersey.
- Hair, Bush, Ortinau, 1999, *Marketing Research: Within a Changing Information Environment*, ed. 2, Mc. Graw Hill, Singapore.
- Hauser, John R., dan Vithala R. Rao, 2002, *Conjoint Analysis, Related Modeling, and Applications, Advances Marketing Research*, Massachusetts Institute of Technology, USA.
- Istijanto, 2005, *APLIKASI PRAKTIS RISET PEMASARAN*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Keegan, Warren J., Mark C. Green, 2003, *Global Marketing*, ed.4, Prentice Hall Inc., USA.
- Kotler, Philip, Gary Amstrong, 1999, *Principles of Marketing*, ed.8, Prentice Hall Inc., USA.
- Kotler, Philip, Gary Amstrong, 2001, *Principles of Marketing*, ed.9, Prentice Hall Inc., New Jersey.
- Kotler, Philip, 2001, *MANAJEMEN PEMASARAN DI INDONESIA Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Buku 2, PT Salemba Emban Patria, Jakarta.

- Lehmann, D.R., R.S. Winer, 2002, *Product Management*, ed. 2, Mc Graw Hill.
- Lupiyoadi, Rambat, dan A. Hamdani, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, ed.2, Salemba Empat, Jakarta.
- Maheswaran, Durairaj, Brian Sternthal, 1990, *The Effects of Knowledge, Motivation, and Type of Message on Ad Processing and Product Judgments*, hal. 66-73, *Journal of Consumer Research* Vol. 17 (Juni 1990).
- Malhotra, Naresh K., 2000, *Marketing Research: An Applied Orientation*, ed. 4, Prentice Hall, New York.
- Mowen, John C., Michael Minor, 2001, *Consumer Behavior*, ed.5, Harcourt Inc., USA.
- Mullner, Ross, Kyusuk Chung, 2002, *The American Hospital Association's Annual Survey of Hospitals: a critical appraisal*, *Journal of Consumer Marketing* Vol.19, pp. 614-618, Emerald Group Publishing.
- Rangkuti, Freddy, 1997, *Riset Pemasaran*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ross, Avery, Foss, 2003, *Views of older people on cataract surgery options: an assesment of preferences by conjoint analysis*, *Journal of Quality Safety Health Care* pp. 13-17.
- Ryan, Mandy, dan Shelley Farrar, 2000, *Using Conjoint Analysis to Elicit Preferences for Health Care*, *British Medical Journal* pp. 1530-1533, UK.
- Santoso, Singih, 2002, *SPSS Statistik Multivariat*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sharma, Subhash, 1996, *Applied Multivariate Techniques*, John Wiley & Sons. Inc., UK.
- Soutar, Geoffrey N, Julia P. Turner. 2002. *Students' preferences for university: a conjoint analysis*. *International Journal of Educational Management*, pp. 40-45. Emerald Group Publishing.
- Speece, Mark, Duc Phung Nguyen, 2005, *Countering negative country-of-origin with low prices: a*

conjoint study in Vietnam. Journal of Product & Brand Management pp. 39-48, Emerald Group Publishing.

Tjiptono, Fandy, Yanto Chandra, dan Anastasia Diana, 2004, *Marketing Scales*, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Umar, Husein, 2003, *Metode Riset PERILAKU KONSUMEN JASA*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

