

BAB V

PENUTUP

Pada bab lima ini akan diambil kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Dari hasil penelitian tersebut penulis selanjutnya membuat suatu implikasi bagi pihak manajerial, serta merumuskan saran serta memaparkan keterbatasan penelitian.

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah ditampilkan dan dibahas dalam bab sebelumnya, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh *Service Outcome* terhadap citra/image

Variabel *service outcome* memiliki pengaruh signifikan terhadap citra dokter gigi. *Service Outcome* adalah skill ataupun hasil pekerjaan dokter gigi. Pekerjaan ini adalah hasil yang dapat dilihat pasien serta saran dan penjelasan yang bermanfaat dan jelas tentang penyakit pasien. Dokter gigi harus memperlihatkan hasil pekerjaannya dengan jelas kepada pasien sehingga citra yang baik selalu tertanam dalam benak pasien

2. Pengaruh *Service Outcome* terhadap kualitas pelayanan dokter gigi.

Variabel *service outcome* memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan dokter gigi. Penting untuk dokter gigi memberitahukan dan memperlihatkan hasil perawatannya pada

pasien sehingga jasa yang diberikan dipersepsikan memuaskan oleh pasien..

3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepuasan pasien

Variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien. kualitas layanan yang dipersepsikan pasien akan mempengaruhi kepuasan, yang merupakan evaluasi pasien terhadap jasa dokter gigi.

4. Pengaruh Citra/*image*, *tangible cues*, *situational variables*, serta kepuasan terhadap layanan sebelumnya terhadap ekspektasi pasien pada jasa layanan klinik gigi

Variabel citra/*image* memiliki pengaruh signifikan terhadap ekspektasi dokter gigi. *Tangible cues*, *situational variables*, serta kepuasan terhadap layanan sebelumnya tidak berpengaruh terhadap ekspektasi pasien. Hal ini berarti bahwa di Yogyakarta, yang dicari dari pasien terhadap klinik adalah personel atau dokter giginya, bukan *brand* ataupun merek dari klinik tersebut. Faktor fisik seperti *tangible cues* dan *situational variables* terbukti tidak berpengaruh, hal ini bisa dilihat terkadang meskipun suatu praktek memiliki tempat yang kecil dan ramai, tetapi tetap ramai oleh pasien karena citra dokter tersebut sudah kuat. Kepuasan terhadap layanan sebelumnya tidak berpengaruh terhadap ekspektasi. Mayoritas pasien datang untuk keperluan kawat gigi, hasil dari kawat gigi membutuhkan waktu yang lama untuk terlihat, sehingga hasil ini dapat membuat tidak signifikan.

Service Outcome adalah skill ataupun hasil pekerjaan dokter gigi. Pekerjaan ini adalah hasil yang dapat dilihat pasien serta saran dan penjelasan yang bermanfaat dan jelas tentang penyakit pasien. Dokter gigi harus memperlihatkan hasil pekerjaannya dengan jelas kepada pasien sehingga citra yang baik selalu tertanam dalam benak pasien

5. Pengaruh Karakteristik pasien (pekerjaan, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan) terhadap keperluan datang ke klinik

Jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan berpengaruh terhadap keperluan datang ke klinik. Wanita lebih banyak datang ke klinik dibandingkan dengan pria. Pegawai swasta dan mahasiswa juga lebih banyak datang ke klinik. Pasien dengan tingkat pendidikan S1 lebih banyak datang ke klinik. Pendapatan tidak berpengaruh terhadap keperluan datang ke klinik.

5.2.IMPLIKASI MANAJERIAL

Pengelolaan ekspektasi merupakan hal yang penting untuk membuat pasien datang ke klinik dan mencoba melakukan perawatan jasa ketika mereka membutuhkan perawatan, baik pemeriksaan, kontrol rutin, ataupun kepentingan estetika. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa citra memiliki pengaruh paling signifikan terhadap ekspektasi. Jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan juga berpengaruh terhadap keperluan datang ke klinik.

Berdasarkan fakta tersebut maka penting bagi pihak manajemen dokter gigi untuk memperhatikan dan meningkatkan citra terhadap konsumennya, dan

memanfaatkan karakteristik pasien berpengaruh, sehingga dapat menjadi target market yang tepat dengan prioritas sebagai berikut:

1. Penggunaan Teknologi untuk peningkatan citra dan komunikasi

Teknologi informasi, salah satunya sosial media sangat membantu meningkatkan citra dari dokter gigi. Hasil perawatan yang dipasang pada akun sosial media dokter gigi dapat membuat pasien yakin untuk datang ke klinik gigi. Komunikasi, dengan bantuan teknologi informasi juga dapat menjadi lebih lancar. Komunikasi yang privat dapat dibangun, dan pasien juga dengan mudah dapat memperoleh informasi layanan dan dokter suatu klinik dengan layanan teknologi.

2. Penerapan minimal invasive dentistry

Pengaturan rasa takut menjadi kunci untuk menjaga citra. Mayoritas pasien mengeluhkan rasa takut yang berlebihan sebelum ke dokter gigi. Dokter gigi yang mampu menenangkan dan mengatur rasa takut pasien akan memiliki citra yang lebih baik di mata pasien. Perawatan yang *minimal invasive* (perawatan saluran akar, tumpatan estetik) juga dapat menjadi pilihan dokter gigi, perawatan saluran akar dapat menjadi pilihan dibandingkan pencabutan, serta tumpatan estetik dapat menjadi pilihan dibandingkan tumpatan logam.

3. Evaluasi kualitas layanan rutin

Dokter gigi yang sudah memiliki citra yang kuat, juga harus mempertahankan citra tersebut di mata pasien. Penggunaan evaluasi rutin dengan kuisioner dapat menjadi kunci untuk mengetahui nilai citra seorang dokter gigi.

4. Target market

Pemilihan target market yang tepat dapat menaikkan *income* dan *traffic* pasien. Dengan men target wanita, tingkat pendidikan s1 dan berprofesi pegawai swasta berpotensi besar meningkatkan citra dan *traffic* dari klinik.

5.3.KETERBATASAN PENELITIAN

Penulis menyadari bahwa dalam melakukan penelitian memiliki beberapa keterbatasan yang berimplikasi pada kelemahan penelitian. Keterbatasan tersebut secara umum dapat dikelompokkan ke dalam dua bagian yaitu keterbatasan teknis maupun keterbatasan teoritis. Keterbatasan secara teknis adalah jumlah sampel penelitian yang relatif sedikit (200 orang responden) dan penggunaan alat analisis yang dianggap kurang kompatibel (analisis regresi). Keterbatasan secara teoritis adalah,. Masih banyak variabel lain yang sekiranya mampu memprediksi ekspektasi pasien.

Service Quality atau kepuasan yang dipakai dalam penelitian ini adalah kepuasan layanan secara menyeluruh / *general* dan umum. Bukan kepuasan berdasarkan Parasuraman *et al* (1988) yang membagi kepuasan layanan menjadi 5 dimensi yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangibles* (bukti langsung), dan *empathy* (empati). Sehingga dapat memberi masukan pada penelitian selanjutnya untuk memasukkan keseluruhan dimensi kepuasan layanan kedalam penelitian.

5.4.SARAN

Penulis menyarankan pada penelitian mendatang yang sejenis untuk menambahkan jumlah sampel penelitian serta variabel prediktor dari ekspektasi. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar semakin representatif dan

dapat menyediakan informasi yang akurat mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi ekspektasi pasien. Selain itu, penulis juga menyarankan pada penelitian mendatang untuk menggunakan metode analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan analisis Lisrel atau Amos. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sekaligus hubungan antara variabel penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, P., 2000, *The Essence of Service Marketing*, ANDI dan Pearson education, Asia Pte.Ltd.Yogyakarta
- Alma, B., 2005, *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*, Alfabeta, Bandung
- Alma, B., dan Ratih H., 2008, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, Bandung: Alfabeta
- Assael, H. Consumer Behavior and Marketing Action, Boston: PWS- Kent Publishing Company, 1987.
- Azwar, A., 1996, Pengantar Administrasi Kesehatan, Edisi III, PT. Bina Rupa Aksara, Jakarta
- Azwar, A., 1994, Program Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan. Yayasan Penerbitan IDI, Jakarta.
- Assauri, Sofjan, 2003, Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction, *Usahawan* No. 01, Tahun XXXII, Januari, hal.25-30.
- Belk, Russel W., 1975, Situational Variables and Consumer Behaviour, *Journal of Consumer Research* 2, December p :157-164
- Bos, A., Hoogstraten,J., Prah-Andersen,B., 2003, Expectations of treatment and satisfaction with dentofacial appearance in orthodontic patients, *American Journal of Orthodontics and Dentofacial Orthopaedics*, 123:127-32
- Clow, K.E., Fischer, A.K., O'Bryan, D., 1995.,Patient expectations of Dental Services, *Journal of Health Care Marketing*, vol 15, p.23-31
- Eliza, Z.,2007, *Pengaruh Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Hubungannya dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Kota Sabang*, Tesis, Sekolah Pascasarjana USU, Medan

- Goonros C, 2000, *Service Management and Marketing*, Published by Jhon Wiley and Sons Ltd., England
- Jasito, 1997, *Persepsi Terhadap Citra Rumah sakit medistra di kalangan eksekutif masyarakat Jakarta*, Tesis, Universitas Indonesia, Depok, Jakarta
- Kotler, Philip, 2003, *Marketing management*, eleventh edition, Prentice hall
- Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Lee, Hanjon, Linda M. Delene, Mary Anne Bunda, and Chankon Kim, 2000, Methos of Measuring Health Care Service Quality, *Journal Of Business research*, Volume 48, New York
- Lestari, TRP, 2004, Pemasaran Pelayanan Kesehatan Di Rumah Sakit Sebagai Upaya Menciptakan Image Positif di Masyarakat, *Jurnal Manajemen Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, Universitas Indonesia, Jakarta
- Lita P.Pr, 2004, *Pengaruh Sistem Penyampain Jasa Terhadap Citra Rumah Sakit dan Dampaknya terhadap Kepercayaan Pelanggan pada Rumah Sakit Umum Sumatra Barat*, Universitas Padjajaran, Bandung
- Malhotra NK, Hall J, Shaw M, Crisp M, 2004, *Marketing Research an Applied Orientation*, Prentice-Hall, Sydney
- Parasuraman dkk., 1985, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication For Future Research". Dikutip dari Adrian Payne (1993). "The Customer-Focused Organization" dalam The Essence of Service Marketing. Prentice Hall International. London. Hal. 215-245
- Puspita, Ika, 2009, *Hubungan Persepsi Pasien Tentang Kualitas Pelayanan Dengan Citra Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Aceh Tamiang*, Tesis, Universitas Sumatra Utara
- Pohan, I, 2003. *Jaminan Mutu Layanan Kesehatan*, EGC, Jakarta.

- Ravaghi, V., Kavand,G., Farrahi,N., 2015, Malocclusion, Past Orthodontic Treatment and Satisfaction with Dental Appearance among Canadian Adults, *JCDA*,81 :f13
- Siddiqui, A.A., Mirza, A.J., Mian, R.I., Alshammari, A., Alsalwah.N., 2017, Dental Treatment : Patients Expectations, Satisfaction, and Dentist Behaviour in Hail, Saudi Arabia, *International Journal of Current Advanced Research*, Volume 6; p7374-7377
- Siswanto Sutojo , 2004, *Membangun Citra Perusahaan*, Jakarta, Damar Mulia Pustaka
- Sugiyono, 2004, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung
- Sur,H., Hayran, O., Yildrim, C., Mumcu, G., 2004, Patient Satisfaction in Dental Outpatient Clinics in Turkey, *CMJ*, 45(5):651-654,
- Tom G., Swanson, S., McElroy, B., Lim J., 1991, The Role of Situational Variables in Consumer Choice Satisfaction, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction, and Complaining Behaviour*, vol 4 :175-179
- Tjiptono, F., 2004, *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta
- Tjiptono,F., 2005, *Service Quality and Satisfaction*, Andi Offset, Yogyakarta
- Umar Husein, 2003. *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Wijono, J, 2000. *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan*, Airlangga University Press, Surabaya.

Yazid, 2005, *Service yang Berkualitas*, EDISI KHUSUS JSB ON MARKETING,
Universitas Islam Indonesia

Zeithmal, Valarie A., and Bitner, Mary Jo, 1996, *Services Marketing*, Singapore,
McGraw-Hill

Zeithaml, Valarie A., M. J. Bitner, and Gremler, 2006, *Services Marketing –
Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York.

