

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis yang telah diperoleh pada lima jurnal dapat disimpulkan, sebagian besar bauran pemasaran berpengaruh terhadap minat beli konsumen dan tinggi kunjungan pasien sehingga terbentuknya loyalitas pasien di rumah sakit. Dari keempat (produk, harga, tempat, promosi) tersebut sangat berperan penting dalam proses strategi bauran pemasaran (marketing mix) sebuah rumah sakit.

Tetapi masih ada beberapa variabel yang menunjukkan hasil yang signifikan berpengaruh terhadap tingkat kunjungan pasien dalam mencapai loyalitas di Rumah Sakit.

#### **B. SARAN**

Kepada peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel yang diteliti dalam bauran pemasaran terhadap tingkat kunjungan pasien di rumah sakit dalam mencapai loyalitas pasien atau konsumen di rumah sakit, dan tentang pengaruh faktor – faktor individual, atau faktor perilaku konsumen dan faktor eksternal lainnya untuk meningkatkan tingkat kunjungan pasien dalam mencapai loyalitas di Rumah Sakit.