

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. *e-CRM* berpengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas. Artinya, setiap aktivitas penggunaan *e-CRM* dapat mempengaruhi loyalitas, perlu diperhatikan setiap aktivitas *e-CRM* harus terukur sehingga tingkat efektifitas penggunaan *e-CRM* dapat mencapai tujuan strategi RS PDS
2. *e-CRM* melalui mediasi kepuasan pelanggan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas. Artinya, setiap aktivitas penggunaan *e-CRM* melalui kepuasan pelanggan *e-CRM* juga dapat meningkatkan loyalitas. Penelitian ini menunjukkan bahwa setiap seorang pelanggan yang puas terhadap kinerja *e-CRM* lebih besar mempengaruhi loyalitas dan memberikan umpan balik positif kepada perusahaan.
3. Sedangkan *e-WOM* dalam mencapai loyalitas RS PDS harus dimediasi oleh kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah kepuasan pasien. Artinya loyalitas akan tercapai apabila layanan atau strategi *e-WOM* yang dijalankan menumbuhkan kepuasan pelanggan, nilai kepuasan dari pasien dapat mempengaruhi dan memberikan dampak positif terbentuknya kepuasan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas. sehingga semakin tinggi nilai kepuasan terhadap *e-WOM* maka akan mempengaruhi loyalitas RS PDS.
4. Kepuasan pelanggan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas. Artinya setiap terjadi kenaikan nilai kepuasan pelanggan dalam hal ini kepuasan pasien RS PDS maka loyalitas RS PDS akan meningkat.

V.2 Saran

Adapun saran yang diberikan peneliti berdasarkan hasil pembahasan dan kondisi yang terjadi di RS PDS adapun saran yang disampaikan sebagai berikut :

1. Manajemen RS PDS dapat mengembangkan strategi pemasaran dengan program-program layanan kesehatan untuk memberikan dampak kepada kepuasan pelanggan sehingga menimbulkan loyalitas. karena dengan fokus kepada kepuasan pelanggan terbukti dapat meningkatkan loyalitas. Meningkatkan kepuasan pelanggan strateginya artinya bagaimana memunculkan nilai nilai kepuasan dari pasien sehingga dapat mempengaruhi dan memberikan dampak positif terbentuknya kepuasan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas.
2. *e-CRM* menggunakan aplikasi teknologi berbasis internet seperti email, website, aplikasi pesan, dan media lainnya untuk mencapai tujuan sistem CRM. Bagaimana Mengembangkan *e-CRM* dalam bentuk aplikasi yang terintegrasi. Tools marketing pada RS PDS sudah lengkap seperti sudah adanya website, akun media sosial, aplikasi pemesanan (offline) akan tetapi masih parsial dan susahnya diakses baik oleh TIM Marketing dan pelanggan, dengan fokus pengembangan system *e-CRM* artinya terintegrasi maka dengan satu kali pelanggan *install e-CRM* RS PDS maka memberikan kemudahan untuk berobat klik aplikasi *e-CRM* RS PDS sudah tersaji semua layanan Kesehatan RS PDS. Menciptakan interaksi dengan mudah dapat diakses oleh pelanggan dan hubungan dengan customer secara efektif dan efisien sehingga hubungan tersebut menjadi hubungan seumur hidup (“lifetime”) yang menguntungkan. Hal ini sesuai dengan pernyataan nilai terendah dari pelanggan yaitu “informasi layanan kesehatan yang tertera pada website dapat dipercaya”, artinya tidak semua informasi kebutuhan layanan Kesehatan pelanggan tertera di website RS PDS. Adapun terkait informasi dimulai dari :

- a. Mengumpulkan database pelanggan lama dan baru dengan baik sehingga dapat dipanggil dan diakses oleh TIM Marketing dan RS PDS, database pelanggan adalah salah satu asset utama perusahaan.
 - b. Membuat akun dari setiap pelanggan yang berobat di RS PDS .
 - c. Analisis segmentasi pelanggan sehingga terlihat jelas semua aktivitas yang dilakukan oleh pelanggan.
 - d. Membidik pelanggan dengan kebutuhannya langsung artinya sudah ada targetting sehingga RS PDS dapat melihat kebutuhan yang heterogeny setiap pelanggan.
3. Manajemen RS PDS dapat mengambil langkah strategis dalam pengembangan media dan sistem terhadap pengembangan strategi *e-WOM*, salah satu alasan adalah ketika dimaksimalkan strategi ini maka jangkauan efek dari jaringan komunikasi *e-WOM* jauh lebih besar sehingga dapat berpengaruh terhadap pada peningkatan kepuasan karena secara tidak langsung pelanggan ikut mempromosikan layanan kesehatan RS PDS berdasarkan pengalaman yang diperoleh pada pelanggan lainnya. Hal ini dikarenakan *e-WOM* memanfaatkan jaringan internet yang dapat menghubungkan antarpelanggan dalam layanan seperti aplikasi media sosial, hal ini dapat menghubungkan pelanggan tanpa batasan geografis dengan jumlah yang tak terbatas sehingga memiliki kekuatan seperti media massa.
4. Manajemen RS PDS dapat memanfaatkan adopsi strategi *e-WOM* seperti menggunakan layanan iklan pada Instagram dan Facebook, menggunakan layanan WA Blast untuk sosialisasi program.