

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini maka peneliti menarik suatu kesimpulan bahwa sebagai berikut:

1. Uji t test

- a. Iklan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan pendapatan RS. Almah
- b. Penjualan personal berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan pendapatan RS. Almah
- c. Promosi penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan pendapatan RS. Almah
- d. Publisitas berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan pendapatan RS. Almah
- e. Dari keempat variabel (X) bauran promosi X1, X2, X3, X4 secara bersama-sama ada satu variabel iklan yang tidak berpengaruh terhadap variabel (Y) pendapatan.

2. Uji Anova (Parsial)

Dari ke 4 variabel bebas bauran promosi X1, X2, X3, X4 secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y).

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diberikan saran kepada:

1. Pimpinan RS Almah agar terus meningkatkan pemanfaatan bauran promosi untuk meningkatkan pendapatan Rumah Sakit dengan menyesuaikan penggunaan bauran promosi sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan teknologi terbaru dan, harus dilakkan evaluasi setiap tri bulan untuk total biaya pengeluaran bauran promosi khususnya iëlan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, agar melanjutkan penelitian dengan memperhatikan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi pendapatan rumah sakit dan melakukan uji hipotesis secara statistik.

C. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini adalah:

1. Tidak adanya indikator yang membatasi pengaruh bauran promosi terhadap pendapatan rumah sakit.
2. Keterbatasan waktu dan tenaga dalam menjalankan penelitian yang hanya dilakukan oleh peneliti sendiri dalam penjelasan bauran promosi terhadap responden.
3. Keterbatasan dokumen data RS Almah, khususnya tentang keuangan rumah sakit, dikarenakan rumah sakit Almah ini masih terbilang baru.