

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik simpulan bahwa *positioning* RS Kasih Ibu Surakarta berdasarkan persepsi konsumen tentang pelayanan, mempunyai pesaing utama RS X Surakarta. RS X Surakarta, lebih menonjol dalam dimensi *tangibles* dan *emphaty*. RS Kasih Ibu Surakarta lebih menonjol pada dimensi *responsiveness*, dan pada tingkat yang lebih rendah adalah dimensi *reliability* dan *assurance*. Adapun RS Y Surakarta tidak secara spesifik menonjol satu dimensi kualitas pelayanan berdasarkan persepsi pasien. Dimensi yang walaupun tidak terlalu menonjol tetapi paling dekat adalah *emphaty*.

B. Saran

1. Bagi Manajemen RS Kasih Ibu

Hendaknya manajemen RS Kasih Ibu khususnya tim manajemen strategi, dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan analisis eksternal dan internal, sebagai acuan untuk menentukan strategi bersaing rumah sakit. Hal ini diharapkan dapat didapatkan strategi yang tepat dan efektif untuk bersaing dalam industri rumah sakit di Surakarta.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hendaknya dapat melakukan penelitian *positioning* pada rumah sakit yang lain dengan jumlah pesaing yang lebih banyak. Hal ini diharapkan dapat mengidentifikasi kondisi persaingan dalam industri rumah sakit, secara lebih lengkap.