

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dipersepsikan berpengaruh positif dan signifikan dalam membangun ekuitas merek yang kuat di RSUD Dr.Moewardi dan hal ini berarti apabila kualitas pelayanan yang dipersepsikan ditingkatkan maka ekuitas merek akan meningkat pula.
2. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan dalam membangun ekuitas merek yang kuat di RSUD Dr.Moewardi dan hal ini berarti apabila kesadaran merek ditingkatkan maka ekuitas merek juga akan meningkat.
3. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa loyalitas merek tidak berpengaruh dan tidak signifikan dalam membangun ekuitas merek yang kuat di RSUD Dr. Moewardi.
4. Variabel yang paling dominan dalam membangun ekuitas merek yang kuat adalah kualitas pelayanan yang dipersepsikan karena sangat penting untuk mengetahui persepsi pasien terhadap pelayanan rumah sakit dengan begitu rumah sakit akan memperhatikan kualitasnya untuk selalu mempertahankan dan mengembangkan kualitas pelayanan dari waktu ke

waktu, selalu mendengarkan pasiennya dan berusaha memenuhi harapan pasiennya.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan, oleh karena itu keterbatasan ini perlu diperhatikan oleh peneliti-peneliti berikutnya, Keterbatasan tersebut yaitu:

1. Penelitian ini tidak bisa digeneralisasi pada institusi lain dengan pendekatan, teori dan metode yang sama. Maka perlu melakukan modifikasi penelitian sesuai dengan tujuan permasalahan obyek penelitian.
2. Pada penelitian ini elemen ekuitas merek yang diteliti adalah kualitas pelayanan yang dipersepsikan, loyalitas merek dan kesadaran merek maka pada penelitian selanjutnya diperlukan komprehensif elemen dalam ekuitas merek.
3. Dalam penelitian ini hanya meneliti elemen ekuitas merek tanpa meneliti dimensi dari elemen ekuitas merek tersebut.

C. Saran

Saran untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya dilakukan komprehensif elemen ekuitas merek sesuai dengan jumlah elemen ekuitas merek yaitu kesadaran merek, asosiasi merek, kualitas pelayanan yang dipersepsikan, loyalitas merek dan asset-aset merek lainnya. Karena nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini hanya 33 % dalam membuat ekuitas

merek. Hal ini mengindikasikan masih ada variabel lain yang dapat membentuk ekuitas merek.

2. Karyawan rumah sakit RSUD Dr. Moewardi sebaiknya diberikan pelatihan melalui outbond maupun inbond yang berorientasi pada pelayanan terhadap pasien secara berkala agar dalam melayani pasien selalu mengalami peningkatan yang lebih baik.
3. Melibatkan semua unsur yang terkait dengan pelayanan kesehatan dalam penganggaran peralatan kesehatan untuk mendapatkan kuantitas dan kualitas nyata peralatan kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David.2008. *"Ekuitas Merek"*, Edisi Bahasa Indonesia, Mitra Utama Jakarta
- Alamsyah.2013. *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: Universitas Islam Syarif Hidayatullah.
- Adiputra,Zefan. 2013. *Studi Persepsi Pasien Rawat Jalan Tentang Brand Equity Rumah Sakit Universitas Hasannudin tahun 2013*. Makassar: Unhas
- Durianto, Sugiarto, Sitinjak. 2004. *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka
- Ghozali, Imam.2005. *"Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS"*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro,Semarang.
- Hair, J. F., et al. 2007. *Multivariate Data Analysis. 6th Edition*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Hussein, M. 2012. *Analisis Brand Equity RS. Puri Cinere Depok Menurut Persepsi Pelanggan Poli Rawat Jalan Pada Tahun 2012*. Tesis. Depok : Universitas Indonesia
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*, Edisi bahasa Indonesia. Jakarta: PT.Indeks.
- Kotler, P. & Keller, K. L. 1997. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga, Jilid 1 dan 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Keller, Kevin Lane.1993. *Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity*, *Jurnal of Marketing* vol.57
- Lichtlé, Cristine and Véronique Plichon, *Understanding better consumer loyalty*.
- Nurulaini, Nunun. 2010. *Analisa Brand Equity Rumah Sakit Islam Jakarta Menurut Persepsi Pelanggan Rawat Jalan Di Empat Layanan Dasar Pada Tahun 2010*. Tesis. Depok : Universitas Indonesia
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power Of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi pengembangan merek*. Cetakan ke-2. Jakarta: PT.Gramedia.

- Ratnawati,Atik. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image Rumah Sakit Pada Rumah Sakit Ortopedi (RSO) Prof.Dr.Soeharso Surakarta Tahun 2012*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret
- Sadat, Andi. M. 2009. *Brand Belief Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Santoso, Singgih, 2000, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta
- Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen (edisi 7)*. Jakarta : Prentice Hall
- Simamora, Bilson. 2001. *Tujuh Langkah Membangun Merek*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta
- Surachman. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2009 Tentang Rumah Sakit.

UJI VALIDITAS KUESIONER

Factor Analysis

Correlation Matrix²

a. This matrix is not positive definite.

Communalities

	Initial	Extraction
KP1	1.000	.482
KP2	1.000	.696
KP3	1.000	.805
KP4	1.000	.812
KP5	1.000	.685
KP6	1.000	.484
KP16	1.000	.916
KP17	1.000	.916
KP18	1.000	.476
LM1	1.000	.769
LM2	1.000	.850
LM3	1.000	.880
KM1	1.000	.301
KM2	1.000	.683
KM3	1.000	.582
E1	1.000	.550
E2	1.000	.681

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.065	23.912	23.912	4.065	23.912	23.912	4.018	23.633	23.633
2	2.885	16.969	40.881	2.885	16.969	40.881	2.614	15.378	39.011
3	2.549	14.996	55.877	2.549	14.996	55.877	2.535	14.909	53.921
4	2.067	12.160	68.038	2.067	12.160	68.038	2.400	14.117	68.038
5	1.205	7.087	75.125						
6	.938	5.520	80.645						
7	.665	3.911	84.555						
8	.597	3.515	88.070						
9	.564	3.320	91.390						
10	.338	1.991	93.381						
11	.286	1.682	95.063						
12	.253	1.488	96.552						
13	.203	1.194	97.746						
14	.167	.984	98.729						
15	.113	.662	99.391						
16	.103	.609	100.000						
17	-2.01E-17	-1.181E-16	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
KP1	.693			
KP2	.828			
KP3	.881			
KP4	.886			
KP5	.810			
KP6	.683			
KP16		.587		.673
KP17		.587		.673
KP18		.490		.461
LM1			.831	
LM2			.878	
LM3			.899	
KM1				-.476
KM2		.661		-.472
KM3		.612		-.426
E1		.635		
E2		.717		

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
KP1	.679			
KP2	.832			
KP3	.896			
KP4	.899			
KP5	.824			
KP6	.690			
KP16	.954			
KP17	.954			
KP18	.676			
LM1			.868	
LM2			.918	
LM3			.935	
KM1		.502		
KM2		.825		
KM3		.748		
E1				.666
E2				.800

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4
1	.986	.163	-.004	-.040
2	-.104	.777	.180	.594
3	-.008	.001	.956	-.293
4	.132	-.608	.231	.748

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

**UJI RELIABILITAS KUESIONER
DALAM VARIABEL KUALITAS PELAYANAN YANG DIPERSEPSIKAN**

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H
A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	KP1	4.1800	.3855	150.0
2.	KP2	4.2267	.4201	150.0
3.	KP3	4.1800	.3855	150.0
4.	KP4	4.1467	.3550	150.0
5.	KP5	4.1133	.3181	150.0
6.	KP6	4.1200	.3261	150.0
7.	KP16	4.0333	.1801	150.0
8.	KP17	4.0333	.1801	150.0
9.	KP18	4.0867	.2823	150.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	37.1200	3.3009	1.8168	9

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KP1	32.9400	2.4997	.5354	.7757
KP2	32.8933	2.2302	.7128	.7456
KP3	32.9400	2.2447	.7858	.7340
KP4	32.9733	2.3483	.7599	.7410
KP5	33.0067	2.5167	.6768	.7566
KP6	33.0000	2.6443	.5190	.7775
KP16	33.0867	3.1804	.1372	.8125
KP17	33.0867	3.1804	.1372	.8125
KP18	33.0333	3.2136	.0075	.8328

Reliability Coefficients

N of Cases = 150.0

N of Items = 9

Alpha = .8007

**UJI RELIABILITAS KUESIONER
DALAM VARIABEL LOYALITAS MEREK**

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H
A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	LM1	4.0667	.2503	150.0
2.	LM2	4.0667	.2503	150.0
3.	LM3	4.0600	.2383	150.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	12.1933	.4523	.6725	3

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
LM1	8.1267	.2187	.7301	.9082
LM2	8.1267	.2053	.8127	.8368
LM3	8.1333	.2103	.8476	.8085

Reliability Coefficients

N of Cases = 150.0 N of Items = 3
Alpha = .8962

UJI RELIABILITAS KUESIONER DALAM VARIABEL EKUITAS

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	E1	4.2467	.4325	150.0
2.	E2	4.3133	.4654	150.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	8.5600	.6507	.8067	2

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
E1	4.3133	.2166	.6137	.
E2	4.2467	.1871	.6137	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 150.0

N of Items = 2

Alpha = .7594

HASIL ANALISIS REGRESI

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kesadaran Merek, Loyalitas Merek, Kualitas Pelayanan ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Ekuitas Merek

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.588 ^a	.346	.333	.3295

a. Predictors: (Constant), Kesadaran Merek, Loyalitas Merek, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Ekuitas Merek

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.392	3	2.797	25.772	.000 ^a
	Residual	15.848	146	.109		
	Total	24.240	149			

a. Predictors: (Constant), Kesadaran Merek, Loyalitas Merek, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Ekuitas Merek

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.484	.842		-1.762	.080		
	Kualitas Pelayanan	.388	.134	.194	2.898	.004	.998	1.002
	Loyalitas Merek	.220	.120	.122	1.823	.070	.999	1.001
	Kesadaran Merek	.787	.098	.537	8.011	.000	.998	1.002

a. Dependent Variable: Ekuitas Merek

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Kualitas Pelayanan	Loyalitas Merek	Kesadaran Merek
1	1	3.993	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.004	32.203	.00	.02	.22	.75
	3	.003	38.614	.00	.50	.42	.08
	4	.001	72.959	.99	.48	.35	.17

a. Dependent Variable: Ekuitas Merek

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	4.095	4.969	4.280	.2373	150
Residual	-.883	.905	.000	.3261	150
Std. Predicted Value	-.779	2.902	.000	1.000	150
Std. Residual	-2.679	2.747	.000	.990	150

a. Dependent Variable: Ekuitas Merek

Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residuals

Dependent Variable: Ekuitas Merek

