

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FIKES

ANALISIS HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN DENGAN LOYALITAS PASIEN RAWAT INAP DI RUMAH SAKIT KARTINI JAKARTA TAHUN 2018

AUDIRA BUDIANTARI

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=73984&lokasi=lokal>

Abstrak

Rawat inap Rumah Sakit Kartini mengalami penurunan jumlah kunjungan pasien lama mulai tahun 2015 sampai tahun 2017, penurunan jumlah pasien lama dapat mengindikasikan adanya loyalitas pasien yang menurun. Karena itu rumah sakit perlu mendesain program pemasaran dengan menerapkan bauran pemasaran/marketing mix, yang mencakup aspek product, price, place, promotion, people, process. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan bauran pemasaran dengan loyalitas pasien. Penelitian ini merupakan penelitian observasional dengan metode survey dan pendekatan cross-sectional. Instrumen penelitian menggunakan kuisioner kepada 264 orang pasien lama yang memanfaatkan pelayanan rawat inap. Data penelitian dianalisis secara kuantitatif dengan metode univariat dan bivariat dengan program SPSS. Berdasarkan hasil penelitian diketahui persepsi pasien tentang product sesuai sebesar (61,7%), price sesuai sebesar (54,2%), place mudah dijangkau sebesar (94,7%), promotion tidak sesuai sebesar (62,1%), people tidak puas sebesar (51,5%), process tidak setuju sebesar (51,9%) dan pasien yang loyal sebesar (68,2%). Hasil bivariat menunjukkan ada hubungan antara product ($p=0,031$), place ($p=0,000$) price ($p=0,035$), dengan loyalitas pasien dan tidak ada hubungan antara hubungan pasien tentang, promotion ($p=0,147$), people ($p=0,838$), process ($p=0,301$) dengan loyalitas pasien. Saran bagi manajemen dan bagian marketing untuk menerapkan strategi harga khusus untuk mengikat pelanggan lama, meningkatkan mutu pelayanan terutama untuk process pelayanan, fokus pada kepuasan pasien dan menjalin komunikasi yang baik dengan pasien lama sehingga dapat meningkatkan loyalitas pasien terhadap Rumah Sakit Kartini.