

Studi faktor penentu kinerja rawat jalan Rumah Sakit Ananda Bekasi tahun 2009 di tinjau dari efektifitas strategi pemasaran

Syafrudin Adhi Candra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20339455&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran strategi pemasaran yang dilakukan Rumah Sakit Ananda Bekasi dan diketahuinya permasalahan yang ada dalam menjalankan strategi pemasarannya, Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data primer untuk analisis kualitatif diperoleh melalui indepth interview. Data Sekunder Berasal dari data laporan tahunan kegiatan pelayanan rumah sakit tahun 2007 dan tahun 2008. Pelayanan dan produk yang bermutu, harga yang terjangkau, lokasi yang strategis penentuan target dan segmen yang tepat akan berpengaruh terhadap pemanfaatan pelayanan pada poliklinik yang ada. Penelitian sebaiknya dilakukan dengan cakupan lebih luas tentang segmentasi, potensial market, kemampuan daya beli secara lebih mendalam sehingga dapat memberikan gambaran trend yang sedang terjadi, dan dapat mengukur besarnya pesaing yang ada.The objective of this research was to perceived marketing strategies of Ananda Hospital, Bekasi and to identified problems when running their marketing strategy. The desain of this research was using descriptive reasearch with qualitative approach. Primary data which was used for qualitative analysis, was acquired li-om indepth review. Seconday data were based on annually report of Hospital activity during services in year 2007 and 2008. Services and good quality products, affordable price, good location, accuracy of segmenting and targeting would influence the utilization of the policlinic sen/ices. This research should be done with widen analysis of segmentation, market potention the purchasing power therefore would get trend picture of actual condition and to measure the competitor.