

Analisis reneana keputusan pembelian di pelayanan persalinan RS Port Medical Center Tahun 2008 = analysis of decision to buy of the delivery care service in the Post Medical Center Hospital, 2008

Andi Ira Damayanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20340683&lokasi=lokal>

Abstrak

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh RS pada dasarnya adalah upaya untuk memahami kebutuhan dan keinginan para pelanggan yang memerlukan jasa pelayanan kesehatan yang disediakan rumah sakit. RS PMC dengan beberapa pesaing di sekitarnya memiliki angka kunjungan persalinan yang masih rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara karakteristik personal dan bauran produk dengan keputusan pembelian pelayanan persalinan di RS PMC.

Penelitian ini bersifat deskriptif analitik dengan menggunakan desain cross sectional, Pendekatan penelitian menggunakan kuantitatif dan kualitatif. Instrumen yang digunakan adalah kuisisioner dan wawancara mendalam terhadap manajemen RS PMC. Jumlah sampel sebanyak 76 responden yang diperoleh dari pasien poli kandungan. Analisa menggunakan uji univariat, bivariat dan multivariat.

Hasil analisa bivariat dan multivariat didapatkan bahwa persepsi terhadap harga persalinan mempengaruhi keputusan pembelian pnyayanan persalinan. Melalui wawancara diketahui bahwa RS PMC memiliki paket persalinan SC dan paket persalinan normal yang dalam tahap uji coba. Peneliti menyarankan agar tariff yang ditetapkan oleh RS PMC saat ini sebaiknya dipertahankan dan memperluas jaringan kerjasama dengan perusahaan dan asuransi baik yang di wilayah Jakarta maupun sekitarnyadengan memberikan informasi kepastian biaya persalinan atau system yang ada di RS PMC.

<hr>

Basically marketing conducted by hospital is an effort to recognize the customer's need and want that calls for health care service provided by hospital. The Port Medical Center (PMC) Hospital and the competitors nearby have the low number or delivery care visit. The Study was aimed to asses the association of patient's characteristics and mix product with decision to buy of delivery care service in PMC Hospital.

The study was an analytic descriptive using cross-sectional design. It used quantitative and qualitative study approach. Instrument used in the study was questionnaire and the in-depth interview was oonducted toward the management of PMC Hospital. There were 76 respondents as sample gained from the obstetric and gynecology clinic. Statistic analysis used was univariate, bivariate and multivariate test.

Bivariate and multivariate analysis revealed that the perception of delivery care price influenced the decision to buy of delivery care service. From the interview conducted in hospital showed that PMC Hospital had SC and normal delivery care packages that was in trial. The study recommended the price decided by the PMC Hospital should be maintained and the hospital should enlarge the network with other companies and insurance companies in the region of Jakarta and around it by providing the information of certain price of delivry care service of package system that is available in the Hospital.