

Analisis bauran komunikasi pemasaran instalasi layanan kebidanan Rumah Sakit Umum Bhakti Yudha Depok = Marketing communicate mix analysis of Bhakti Yudha Hospital obstrectry

Masri Robiansya Putra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20340883&lokasi=lokal>

Abstrak

Komunikasi pemasaran merupakan ujung tombak pemasaran, sering tindakan pemasaran tidak: atau kurang dikenal oleh konsumen karena kurang dilakukan tindakan komunikasi pemasanm. Layanan kebidanan RSUD Bhakti Yudha Depok merupakan layanan tertua dan memiliki pengalaman yang lebih banyak dari layanan yang ada di rumah sakit tersebut dalam melayani masyarakat kota Depok tentu saja bisa menjadi market leader rawat inap kebidanan diantam rumah sakit lainnyamun sayangnya biarpun menjadi market leader bagi rawat inap kebidanan tingkat kunjungan rawat inap tersebut mengaiami penurunan bisa dilihat data kunjungan rawat inap di RSUD Bhakd Yudba pada tabun 2007 sebesar 28,51% dan padn tahun 2008 sehesar 26,91% turun sekitar 1.60% dihandingkan pada tabun sbelumnya. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah menganalisis bauran komunikasi pemasarn di instalasi layanan kebidanan rwnah sakit umum Bhakti Yudba Depok. Jenis penelitiannya adalah penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif hennaksud uutuk melakukan analisis yang bersifat mendalam terhadap bauran komunikasi pemasuran Instalasllayanan kebidnnan di rumah sakit umum Bhakti Yudba Depok Cara pengumpulan data menggunakan metode wawancara mendalam (Indeplh Interview) dan observasi Japangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bauran komunikasi yang telah dilaksanakan oleh Instalasi layanan kebidnnan masih terbilang kunmg ideal dihandingkan kan teori yang ada yang mengakibatkan target yang dikehendaki belum bisa terpenuhi.

<hr>Communication is the spearhead of marketing, marketing actions are often not or less known by consumers. the lack of action undertaken marketing communications, Midwifery services RSUD Bhakti Yudba Depok is the oldest and services have the experience more of a service that is in the hospital in Jakarta to serve the people of the city, of course, can be a market leader Inpatient obstetrics among other hospital but unfortunately even become a market leader for care inap-level midwifery Inpatient visits are decreasing data traffic can be seen in the Inpatient RSUD Bhakti Yudha in 2007 was 28.51% and in the year 2008 of approximately 26.91% down 1.60"/o compared to the previous year. Therefore, the purpose of this research is analyzing a mixture of marketing communications services in the Installation obstetrics hospital general Bhakti Yudha Depok. Type of research is case study research with a qualitative approach wanted to make a deep analysis of a mixture of marketing communications Installing midwifery services at a public hospital Bhakti Yudha Depok. How data collection methods using depth interviews (depth Interview) and field observations. Results of this research showed that the mixture of communication that have been implemented by the Installation midwifery services is relatively less compared to a theoretical ideal that is the target of the desired result can not yet met.