

Gambaran bauran pemasaran Poliklinik Medical Check Up (MCU) di RSPI Prof. Dr Sulianti Saroso Jakarta tahun 2014 = Marketing mix picture Polyclinic Medical Check Up (MCU) in RSPI Prof. Dr Sulianti Saroso Jakarta tahun 2014

Ratna Mufidah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20411849&lokasi=lokal>

Abstrak

Ketidaksesuaian target kunjungan MCU merupakan ketidaksesuain target pemasaran di RSPI. Program pemasaran harus dibangun dari bauran pemasaran. Komponen-komponen bauran pemasaran adalah sebagai berikut product, place, price, promotion, profesional, people, public, power, presure dan performance. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran bauran pemasaran Poliklinik MCU di RSPI Prof Dr Sulianti Saroso Jakarta tahun 2014. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu penelitian kualitatif dengan informan penelitian menggunakan kecukupan dan kesesuaian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa performance dipengaruhi oleh sembilan bauran pemasaran lainnya.

Incompatibility the target MCU visit a non conformance in RSPI marketing targets. Marketing programs must be built from the marketing mix. The components of the marketing mix is as follows product, place, price, promotion, professional, people, public, power and performance presure. This study aims to describe the marketing mix polyclinic MCU in RSPI Prof. Dr. Sulianti Saroso Jakarta in 2014. The method used in the study is a qualitative study using the research informants adequacy and suitability. The results show that the performance is influenced by nine other marketing mix.