

Hubungan Pemasaran Digital Dengan Menarik Minat Masyarakat Memilih Pelayanan Kesehatan Di RS Kartika Husada Jati Asih = Relationship Of Digital Marketing With Interesting Communities Choose Health Services In Kartika Husada Jati Asih Hospital

Nadya Aviliyani Taufik, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20493043&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pemasaran di era sekarang berupa promosi produk atau merek yang dilakukan melalui media elektronik. Pemasaran rumah sakit bertujuan memperkenalkan rumah sakit pada masyarakat luas, menginformasikan fasilitas dan kemampuan pelayanan kepada masyarakat, membentuk dan membina citra rumah sakit melalui kepercayaan dan penghargaan masyarakat terhadap kemampuan rumah sakit, pemanfaatan sumber daya rumah sakit secara optimal dan juga mengharapkan terjadinya peningkatan penghasilan. Pemasaran digital yang sudah berjalan di rumah sakit perlu dilakukan pembaharuan agar terlihat up to date. Desain penelitian yang digunakan adalah cross sectional dengan pendekatan kuantitatif. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan google form yang disebar melalui aplikasi whats app. Hasil analisis terdapat satu variabel yaitu jejaring media sosial yang tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap minat masyarakat untuk datang berobat ke rumah sakit Kartika Husada Jati Asih ($p > 0,05$). Dari analisis regresi logistik didapatkan dua variabel yang memiliki hubungan yang paling signifikan terhadap minat masyarakat, yaitu variabel customization dan navigasi ($p < 0,05$). Kesimpulan dari penelitian ini adalah rumah sakit Kartika Husada Jati Asih sudah melakukan pemasaran digital tetapi masih perlu dimodifikasi tampilan situs web dan media sosialnya. Disarankan memperbarui konten marketing dan lebih interaktif di situs web ataupun media sosial.

ABSTRACT

Marketing in the present era is in the form of product or brand promotion carried out through electronic media. Hospital marketing aims to introduce hospitals to the wider community, inform facilities and service capabilities to the community, establish and foster the image of the hospital through community trust and appreciation of the capabilities of hospitals, optimally utilize hospital resources and also expect increased income. Digital marketing that has been running in the hospital needs to be renewed to make it look up to date. The research design used was cross sectional with a quantitative approach. The distribution of questionnaires is done using Google Form which is spread through the Whats app application. The results of the analysis contained one variable, namely social media networks that did not have a significant relationship to the interest of the community to come to hospital treatment at Kartika Husada Jati Asih ($p > 0.05$). From the logistic regression analysis, there were two variables that had the most significant relationship to the interest of the community, namely the customization and

navigation variables ($p < 0.05$). The conclusion of this research is that the Kartika Husada Jati Asih hospital has already done digital marketing but still needs to be modified the appearance of the website and social media. It is recommended to update marketing content and be more interactive on websites or social media.

<hr>