

Analisis implementasi bauran pemasaran dan kepuasan terhadap minat pasien berkunjung kembali ke Unit Rawat Jalan RSUD Rama Hadi Purwakarta tahun 2019 = Analysis implementation of marketing mix and satisfaction on patient interest to revisit the Outpatient Unit of Rama Hadi Hospital at Purwakarta in 2019

Arvita Ajeng Pramushinta, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20494997&lokasi=lokal>

Abstrak

Latar Belakang : Meningkatnya jumlah rumah sakit di Indonesia, menuntut pengelola RS untuk menyusun strategi pemasaran yang matang agar dapat meningkatkan minat kunjungan pasien termasuk pada RSUD Rama Hadi Purwakarta. Walaupun kegiatan pemasaran selama ini sudah dilakukan namun belum pernah dilakukan analisis hasil implementasi bauran pemasaran dan kepuasan layanan terhadap minat pasien berkunjung kembali ke unit rawat jalan RSUD Rama Hadi tersebut. Subjek dan Metode : Penelitian ini merupakan studi kuantitatif dengan desain cross sectional dengan metode survey yang dilakukan pada 101 sampel responden pada kurun waktu April hingga Juni 2019. Penelitian ini memiliki delapan variabel bebas yaitu: produk (product), harga (price), promosi (promotion), tempat (place), tenaga kesehatan (people), proses (process), fasilitas fisik (physical evidence) dan kepuasan layanan serta satu variabel terikat yakni minat pasien berkunjung kembali ke unit rawat jalan RSUD Rama Hadi. Hasil : Berdasarkan analisis bivariat dibuktikan bahwa kedelapan variabel bebas penelitian ini masing-masing memiliki hasil yang bermakna terhadap variabel terikat dengan $p < 0,001$. Kemudian dilanjutkan dengan analisis multivariate didapatkan bahwa terdapat dua variabel bebas yang berpengaruh lebih dominan terhadap variabel terikat, yakni variabel kepuasan layanan ($p < 0,001$) dan variabel people ($p = 0,044$). Kesimpulan : Penerapan strategi yang optimal pada ketujuh elemen bauran pemasaran dan kepuasan layanan dapat meningkatkan minat pasien berkunjung kembali ke unit rawat jalan RSUD Rama Hadi.

<hr>

Background: The increasing number of hospitals in Indonesia, requires hospital providers to arrange an excellent marketing strategy in order to increase interest in patient visits without exception for Rama Hadi Public Hospital at Purwakarta. Although marketing strategies have been carried out, there wasnt an analysis about the results of marketing mix and satisfaction implementation on the interest of patients to revisit the outpatient unit of Rama Hadi Hospital. Subject and Method: This was a quantitative study with a cross sectional design. Survey was conducted on 101 respondents from April to June 2019. This study has eight independent variables i.e. product, price, promotion, place, people, process, physical evidence and service satisfaction with patient interest to revisit the outpatient unit of Rama Hadi hospital as dependent variable. Result: Based on bivariate analysis it was proven that the eight independent variables of this study each had significant results on the dependent variable with $p < 0.001$. Then followed by multivariate analysis, it was found that there were two independent variables that had a more dominant influence on the dependent variable, i.e. service satisfaction ($p < 0.001$) and people ($p = 0.044$). Conclusion: The optimal implementation of strategies on the seven marketing mix elements and service satisfaction can increase the interest of patients returning to Rama Hadi Hospital outpatient unit.