

Karakteristik pelanggan potensial rawat inap rumah sakit Karya Bhakti

Endang Adriyani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=70733&lokasi=lokal>

Abstrak

Perusahaan dalam hal ini rumah sakit yang ingin berhasil dalam menjalankan usahanya pertama-lama harus disadari bahwa adalah tidak mungkin untuk dapat melayani dan memuaskan semua pelanggan. Pasien di rumah sakit sangatlah banyak jumlahnya dan beraneka ragam kebutuhan, kemampuan membeli, perilaku maupun psikografinya. Agar tahu apa yang menjadi kebutuhannya, perlu mengetahui karakteristik pasiennya melalui pendekatan segmentasi.

Masalah dalam penelitian ini adalah belum diketahui karakteristik pasien yang masuk ke rawat inap RS. Karya Bhakti serta belum diketahuinya segmen yang bagaimanakah yang tepat untuk dikembangkan di RS. karya Bhakti untuk menjadi pelanggan potensialnya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik pasien berdasarkan geografi, demografi, psikografi dan perilaku pasien di rawat inap. Dapat melihat pelanggan potensial berdasarkan atas : pemilihan kelas perawatan, status kesetiaan pasien dan kemampuan membayar dari pasien.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif analitik gabungan kuantitatif dan kualitatif dengan metode survey. dalam penetapan sampel dilakukan secara stratified. Untuk pembahasannya dibantu dengan data sekunder dari BPS Bogor, DICK Bogor serta buku Bogor membangun. Untuk analisa dilakukan uji univariat dan bivariat dengan tabulasi silang.

Berdasarkan analisis univariat dan bivariat dapat diketahui karakteristik pasien di rawat inap RS. Karya Bhakti dilihat dari pemilihan kelas perawatan potensial, status kesetiaan dengan berdasarkan geografi, demografi, psikografi dan perilaku maka dapat disimpulkan bahwa pasien potensial rawat inap RS. Karya Bhakti adalah pasien yang pemhayarannya melalui pihak ketiga yaitu perusahaan pasien.

Saran yang diberikan adalah : Perlu ditingkatkan pemasaran ke perusahaan-perusahaan yang ada di sekitar Bogor, buat tim pemasaran dan pelayanan RS dalam menciptakan loyal customer, serta kembangkan sumber daya yang ada untuk melakukan strategi pemasaran baik jangka pendek, jangka menengah maupun jangka panjang guna mencapai tujuan dan visi organisasi.

<hr><i>A firm, in this case hospital, which wants to be succeed in ruling the firm must realize that it is impossible to serve and satisfy all the customer. There are many patients in the hospital with vary of need, ability to pay, behavior and psychograph. In order to know what the customer wants, it is important to know the patients characteristic by segmentation approach.

The problem in this research was patient characteristic in Karya Bhakti Hospital has not been determined

yet, and also what customer segment that was better to be developed as the potential customer. The research aim was to know customer characteristic based on geography, demography, psychograph and behavior of customer that use in patient. The potential customer could be determined by in patient class choice, and patient's loyalty.

This research was quantitative and qualitative combination analytic descriptive with survey method. This research was done by stratification sampling method. Secondary data from BPS Bogor, DKK Bogor and Bogor Membangun Book was help to set the argument. The analysis was done with cross tabulation univariant and bivariant test.

Based on the analysis, it was determined in patient patient's characteristics in Karya Bhakti Hospital based on in patient class choice, patient's by geography, demography, psychography and behavior of customer. This research shows that potential in patient Karya Bhakti Hospital is patients that paid the bill third party, that is from company patients.

This research suggest Karya Bhakti Hospital to raise marketing intensity to the companies around Bogor, to build marketing and service team in order to create loyal customer, to develop the existing resources to do the short term and long term marketing strategy in order to reach the organization's aim and vision.</i>