

## **Analisis aspek bauran pemasaran yang berhubungan dengan loyalitas pelanggan Rs Yadika = Analysis of marketing mix aspects which related to customer loyalty in Yadika Hospital, 2001**

Dyah Armi Riana, author

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/bo/uiibo/detail.jsp?id=73242&lokasi=lokal>

---

### **Abstrak**

Keberhasilan pemasaran jasa pelayanan rumah sakit sangat ditentukan oleh pemahaman rumah sakit terhadap perilaku konsumen yang menjadi pelanggannya. Konsumen yang setia merupakan asset yang tak ternilai bagi rumah sakit. Dengan memahami tahapan-tahapan pembentukan kesetiaan pelanggan maka suatu organisasi akan mampu membentuk kesetiaan pelanggan.

RS Yadika merupakan rumah sakit swasta yang terletak di Pondok Bambu Jakarta Timur. Dari data tahun 2000 didapatkan hasil bahwa jumlah kunjungan pasien rawat jalan maupun rawat inap masih rendah, mengingat biaya untuk memperoleh pelanggan baru lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan yang sudah ada maka pihak rumah sakit merasa perlu untuk melakukan perubahan dengan terlebih dahulu mengetahui aspek-aspek bauran pemasaran yang mempengaruhi loyalitas pelanggan RS Yadika.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang hubungan antara tingkat loyalitas pelanggan dengan aspek-aspek bauran pemasaran Rumah Sakit Yadika. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif analitik dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner terhadap 141 orang responden.

Hasil penelitian kuantitatif menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki persepsi yang baik mengenai RS Yadika. Dari uji Chi Square ternyata yang berhubungan terhadap loyalitas pelanggan RS Yadika adalah aspek distribusi yang terdiri dari variabel akses lokasi, akses waktu dan akses informasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa hubungan antara aspek produk, aspek tarif, aspek promosi dan aspek SDM mungkin dapat lebih banyak diungkapkan melalui penelitian kualitatif.

Saran yang diusulkan adalah dilakukannya pengkajian oleh pihak manajemen RS Yadika untuk membangun suatu program customer retention marketing. Aplikasi program tersebut adalah program Relationship Marketing, Frequent Customer Gift, Testimonial Letter dan Recommend a friend or family member Reward.

Daftar Bacaan : 34 ( 1985 - 2001 )

<hr>

Analysis of Marketing Mix Aspects Which Related to Customer Loyalty in Yadika Hospital Achievement of hospital marketing is strongly relying on their perception of customer behavior. Loyal Customer grows to be a valuable asset for health service provider. The understanding of customer loyalty development phases could construct consumer trustworthiness.

Yadika Hospital is a private hospital located at Pondok Bambu, East Jakarta. From year 2000 data of In

Patient and Out Patient Rate, can be concluded that the number tend to be decreasing and showed no significant improvement. Considering on the situation, which is more expensive to reach new customer than to retain the old ones, then hospital management is willing to improve marketing strategy by identifying their marketing mix which related to Yadika's customer loyalty.

Thesis objective is to discover relationship between Yadika's marketing mixes with their customer loyalty. There fore, this research is an observational study through cross-sectional quantitative analysis approach. Primary data collection is performed through self administered questionnaire toward 141 respondents.

Quantitative approach indicated majority of respondents are having good perception with the existing marketing mix at RS Yadika. The result of Chi Square test shows that the determining variables are: location aspect, waiting time aspect and access of information aspect. This research conclude: to perform the significance connection between products, prices, promotion and peoples with customer loyalty, this study should be completed with qualitative approach.

This thesis is also proposing suggestion to perform study of building the customer retention marketing programmed by hospital management. The application programmed, based on the research result are Relationship Marketing Programmed , Frequent Customer Gift, Testimonial Letter and Recommend a friend or family member Reward.

Bibliographies: 34 (1985 - 2001)