

Analisis Implementasi Bauran Pemasaran dan Kepuasan Terhadap Minat Pasien Berkunjung Kembali ke Unit Rawat Jalan RSU Ramahadi Purwakarta Tahun 2019

Pramushinta, Arvita Ajeng

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=132043&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 RSU 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 RSU 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 RSU 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 RSU Rama Hadi