

Analisis Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Minat Kunjungan Ulang Pasien Poliklinik Spesialis RSU Sriwijaya Palembang Tahun 2022

Muliawati, Mutia

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=135460&lokasi=lokal>

Abstrak

Kunjungan Pasien di RSU Sriwijaya Palembang belum mencapai target kunjungan. RSU Sriwijaya Palembang adalah RS Swasta Tipe C perkembangan dari RS Khusus Mata dengan nama Sriwijaya Eye Center, dengan branding yang telah dikenal masyarakat sebagai Eye Center, mayoritas pasien yang berkunjung masih didominasi pasien mata, hal ini juga membuat kunjungan di poliklinik spesialis lain sangat kurang, diharapkan dengan penerapan bauran pemasaran atau marketing mix yang tepat dapat meningkatkan angka kunjungan pasien rawat jalan di poliklinik spesialis RSU Sriwijaya. Bauran pemasaran dalam penelitian ini dengan 7 P yaitu: product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis hubungan antara bauran pemasaran dengan minat layanan ulang ke poliklinik spesialis RSU Sriwijaya Palembang. Penelitian ini dilakukan di 8 poliklinik spesialis RSU Sriwijaya Palembang dengan menggunakan metode campuran kuantitatif dan kualitatif, pada penelitian kuantitatif sampel dari pasien poliklinik spesialis berjumlah 341 sampel dan pada penelitian kualitatif sampel adalah informan dari management berjumlah 4 sampel. Instrumen pada penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuisioner dan instrumen pada penelitian kualitatif dengan daftar pertanyaan. Hasil penelitian ini membuktikan adanya hubungan yang signifikan antara bauran pemasaran process, place, promotion dan product terhadap minat kunjungan ulang secara berurutan elemen bauran pemasaran yang memiliki hubungan dengan minat kunjungan ulang pasien poliklinik spesialis RSU Sriwijaya adalah process, place, promotion dan product.