

Pengaruh Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Minat Masyarakat memilih Pelayanan Medical Check Up di RS Siloam TB Simatupang

Merrynda, Yohana Septianxi

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=137639&lokasi=lokal>

Abstrak

Latar Belakang : pesatnya perkembangan bisnis yang mengadaptasi terhadap perkembangan teknologi informasi mendorong setiap rumah sakit mempunyai inovasi terhadap pengembangan produk yang dijual ke masyarakat. Pengembangan inovasi tersebut salah satunya ialah pemasaran digital. RS Siloam TB Simatupang sudah mengimplementasikan pemasaran digital untuk pengenalan produk layanannya ke masyarakat. Tujuan: penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pemasaran digital dengan minat masyarakat memilih pelayanan Kesehatan Medical Check Up di RS Siloam TB Simatupang. Metode: data yang diambil diperoleh melalui data primer dengan instrument pengisian kuesioner, sampel pada penelitian ini ialah 382 orang peserta MCU ataupun pendamping peserta MCU. Pemasaran digital ini dilihat dari aspek informativeness, usefulness, authenticity, entertainment, aesthetics dan variety. Hasil: hasil analisis menunjukkan adanya hubungan bermakna antara seluruh aspek pemasaran digital dengan minat pengunjung di RS. Entertainment, Authenticity dan Variety memiliki hubungan paling dominan dengan minat pengunjung. Regresi logistic menunjukkan aspek entertainment memiliki hubungan paling signifikan dengan minat pengunjung. Kesimpulan: RS Siloam TB Simatupang sudah melakukan implementasi penggunaan pemasaran digital namun perlu adanya optimalisasi dalam penggunaan media sosial / digital RS baik dari segi kualitas maupun pelayanan, hal ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengunjung rs.

Introduction: the rapid development of businesses that adapt to the development of information technology encourages every hospital to have innovations in the development of products sold to the public. One of these innovations is digital marketing. Siloam TB Simatupang Hospital has implemented digital marketing for the introduction of its service products to the public. Objectives: This study aims to determine the relationship between digital marketing and public interest in choosing Medical Check Up health services at Siloam TB Simatupang Hospital. Methods: the data taken was obtained through primary data with the instrument filling out a questionnaire, the sample in this study were 382 MCU participants or companions of MCU participants. Digital marketing is seen from the aspects of informativeness, usefulness, authenticity, entertainment, aesthetics and variety. Results: the results of the analysis showed a significant relationship between all aspects of digital marketing with visitor interest in the hospital. Entertainment, Authenticity and Variety have the most dominant relationship with visitor interest. Logistic regression shows the entertainment aspect has the most significant relationship with visitor interest. Conclusion: Siloam TB Simatupang Hospital has implemented the use of digital marketing but there is a need for optimization in the use of social media / digital hospitals both in terms of quality and service, this aims to increase the trust and satisfaction of hospital visitors.