

Analisis loyalitas pelanggan berdasarkan persepsi kepuasan yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran di executive health check up RSPI th. 2006

Yuliana

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=44648&lokasi=lokal>

Abstrak

Pokok permasalahan yang menjadi titik perhatian dari penelitian ini adalah, ingin melihat dan mengetahui tentang penurunan pemanfaatan pemeriksaan di unit EHCU RSPI oleh pelanggan pribadi. Selain itu terjadi ketimpangan antara jumlah pasien pribadi yang dirawat di RSPI dengan pelanggan pribadi di EHCU. Artinya ada peluang untuk memperluas pasar pelanggan pribadi EHCU. Penelitian ini guna memperoleh gambaran loyalitas pelanggan di Executive Health Check Up Rumah Sakit Pondok Indah, Jakarta. Loyalitas pelanggan diukur dengan aspek bauran pemasaran (4P) yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas, variabel intervening dan variabel terikat. Responden penelitian adalah pelanggan pribadi yang melakukan pemeriksaan di unit EHCU RSPI, berjumlah 110 orang. Pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan selama dua bulan, April-Mei 2006. Data yang terkumpul diolah dengan korelasi Pearson Product Moment dengan taraf signifikansi 5%, menggunakan program SPSS ver 11.5. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara bauran pemasaran dengan kepuasan pelanggan, aspek dari bauran pemasaran yang mempunyai korelasi tertinggi adalah aspek produk. Demikian juga nilai korelasi yang terjadi antara bauran pemasaran dengan loyalitas, yang mempunyai nilai korelasi tertinggi adalah aspek produk. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terbukti.

The main of this study is attempt to explore declination of check up in unit EHCU Pondok Indah Hospital by personal customer. Beside this there are differences between individual patient who stay in Pondok Indah Hospital and personal customer EHCU. Its mean there is chance to expanse personal customer market EHCU. This research is aimed at portraying the customers' loyalty in Executive Health Check Up Pondok Indah Hospital Jakarta. The customers loyalty was attempted with marketing mix (4P) that correlated to customers' satisfaction. In this research has independent variables, intervening variable, and dependent variable. The respondent in this research are private customers who get check up in EHCU Pondok Indah Hospital. The data was colleting with questionnaire during two month. Processing data with Pearson Product Moment correlation that significance level 5% and take the SPSS program ver 11.5. These result is positive significance correlation between marketing mix and customers' satisfaction, product has highest correlated. It's also correlated between marketing mix and customers' loyalty. The hypotheses in this research are suggested.