

ABSTRAK

Dewi Ika Sari Hari Poernomo

Analisis Pengaruh Persepsi Pasien Tentang Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pasien Di Poliklinik Rawat Jalan RS Baptis Kediri

xi + halaman + tabel + gambar + lampiran

Poliklinik RS Baptis mengalami penurunan jumlah kunjungan pasien lama mulai tahun 2005 sampai tahun 2007. Penurunan jumlah pasien lama mengindikasikan adanya loyalitas pasien yang menurun sehingga rumah sakit perlu mendesain program pemasaran dengan menerapkan bauran pemasaran/*marketing mix*. Bauran pemasaran mencakup aspek *product, price, place, promotion, people, process*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi pasien tentang bauran pemasaran terhadap loyalitas pasien.

Penelitian ini merupakan penelitian observasional dengan metode survey dan pendekatan *cross-sectional*. Instrumen penelitian menggunakan kuisioner kepada 150 orang pasien lama yang memanfaatkan pelayanan kesehatan di poliklinik RS Baptis Kediri. Data penelitian dianalisis secara kuantitatif dengan metode univariat, bivariat dan multivariat dengan uji analisa regresi logistik metode enter.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui persepsi pasien tentang *product* baik sebesar (56%), persepsi pasien tentang *price* baik sebesar (58.7%), persepsi pasien tentang *place* baik sebesar (52.7), persepsi pasien tentang *promotion* kurang baik sebesar (52%), persepsi pasien tentang *people* baik sebesar (58.7%), persepsi pasien tentang *process* baik sebesar (56.7%) dan pasien yang loyal sebesar (60.7%). Hasil penelitian menunjukkan tidak ada hubungan antara persepsi pasien tentang *product* ($p=0,604$), *place* ($p=0,062$), *promotion* ($p=0,201$), *people* ($p=0,291$) dengan loyalitas pasien dan ada hubungan antara *price* ($p=0,016$), *process* ($p=0,019$) dengan loyalitas pasien. Hasil penelitian juga menunjukkan adanya pengaruh bersama-sama antara persepsi tentang *price dan process* terhadap loyalitas pasien.

Saran bagi manajemen dan bagian marketing untuk menerapkan strategi harga khusus untuk mengikat pelanggan lama, meningkatkan mutu pelayanan di poliklinik terutama untuk *process* pelayanan, fokus pada kepuasan pasien dan menjalin komunikasi yang baik dengan pasien lama sehingga dapat meningkatkan loyalitas pasien terhadap RS Baptis.

Kata kunci : Persepsi, Bauran Pemasaran, Loyalitas pasien

Kepustakaan : 45 (1984 – 2007)

Sumber Utama : www.mikm.undip.ac.id