



UNIVERSITAS ANDALAS

**ANALISIS HUBUNGAN *MARKETING MIX* (BAURAN PEMASARAN)
DENGAN LOYALITAS PASIEN RAWAT JALAN DI RUMAH SAKIT
IBU DAN ANAK CICIK KOTA PADANG**

Oleh :

Hafizah Dina Farisa

No. BP. 1311212027

Pembimbing I : Dra, Sri Siswati, Apt. SH. M.Kes

Pembimbing II : dr. Adila Kasni Astiena, MARS

FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG, 2017

**FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS ANDALAS**

Skripsi, Mei 2017

HAFIZAH DINA FARISA, No BP. 1311212027

**ANALISIS HUBUNGAN *MARKETING MIX* (BAURAN PEMASARAN)
DENGAN LOYALITAS PASIEN RAWAT JALAN DI RUMAH SAKIT IBU DAN
ANAK CICIK KOTA PADANG**

xi + 111 halaman, 26 tabel, 4 gambar, 14 lampiran

Tujuan

RSIA Cicik Kota Padang telah melakukan kegiatan pemasaran rumah sakit dari tahun 2012, tetapi data menunjukkan kunjungan pasien mengalami fluktuasi yaitu pada tahun 2013 sebanyak 15.827 pasien, lalu pada tahun 2014 menjadi 16.931 pasien dan pada tahun 2015 menurun menjadi 15.422 pasien. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan *marketing mix* (bauran pemasaran) dengan loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Ibu dan Anak Cicik Kota Padang.

Metode

Jenis penelitian ini merupakan *Mixed Method* dengan tipe *Sequential Explanatory*. Dilakukan di RSIA Cicik pada Bulan Maret-April 2017. Sampel terdiri dari 96 orang pasien rawat jalan, menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan berjumlah 7 orang.

Hasil

Hasil penelitian menunjukkan , 36,5% menyatakan tidak loyal, 43,8% menyatakan produk tidak memadai, 29,2% menyatakan harga tidak terjangkau, 54,2% menyatakan tempat tidak baik, 60,4% menyatakan promosi tidak baik, 34,4% menyatakan SDM tidak baik, 45,8% menyatakan proses tidak baik, 35,4% menyatakan bukti fisik tidak memadai. Terdapat hubungan signifikan antara tempat, SDM dan bukti fisik dengan loyalitas pasien. Terdapat hubungan yang tidak signifikan antara produk, harga, promosi dan proses terhadap loyalitas pasien.

Kesimpulan

Loyalitas pasien di RSIA Cicik dipengaruhi oleh penilaian pasien terhadap tempat, SDM dan bukti fisik. Disarankan kepada rumah sakit untuk memperluas area parkir dan melakukan promosi baik melalui media online ataupun media cetak serta meningkatkan dan memelihara sarana dan prasarana di ruang tunggu untuk pasien rawat jalan.

Daftar Pustaka : 36 (2002-2016)

Kata Kunci : *Marketing mix*, Loyalitas pasien

**FACULTY OF PUBLIC HEALTH
ANDALAS UNIVERSITY**

**Undergraduate Thesis, April 2016
HAFIZAH DINA FARISA, No BP. 1311212027**

**ANALYSIS RELATIONSHIP OF MARKETING MIX WITH PATIENT'S
LOYALTY IN OUT PATIENTS AT CICK'S MOTHER AND CHILD
HOSPITAL PADANG**

xi + 111 pages, 26 tables, 4 pictures, 14 appendices

Objective

Cicik's Mother And Child Hospital Padang has conducted hospital marketing activities from 2012, but the data shows the patient's visit fluctuated in the year 2013 as many as 15,827 patients, then in 2014 to 16,931 patients and in 2015 decreased to 15,422 patients. The purpose of this research is to analysis the relationship of marketing mix with the outpatient loyalty at RSIA Cicik Kota Padang.

Method

This research design is mixed method with Sequential Explanatory Design. This research was conducted in Cicik's Mother And Child Hospital Padang on March-April 2017. The sample consisted of 96 outpatients, using purposive sampling technique. Informant 7 people.

Results

The results showed that and 36.5% declared not loyal, 43.8% say the product were inadequate, 29.2% say the price were unreachable, 54.2% say that the place were not good, 60.4% say the promotion were not good, 34.4% say that people were not good, 45, 8% say the process were not good, 35.4% say physical evidence were not good. There is a significant relationship between place, people and physical evidence with patient loyalty. There is no significant relationship between product, price, promotion and process to patient loyalty.

Conclusion

Loyalty of patients in RSIA Cicik by patient assessment of place, human resources and physical evidence. It is advisable to hospital to expand the parking area and do promotion either through online media or print media and also improving and maintaining facilities and infrastructure in the waiting room for outpatients.

References: 36 (2002-2016)

Keywords: Marketing mix, patient loyalty