

**HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN JASA DENGAN TINGKAT
KEPUASAN PASIEN PADA POLIKLINIK RAWAT JALAN
RUMAH SAKIT UMUM AISYIAH PADANG**

TESIS

OLEH

**DWI FERA NINDA
NIM 2020322018**

Dosen Pembimbing:

**Dr. dr. Hafni Bachtiar, MPH., FISPH., FISCAM
Dr. Verinita, SE., MSi**



**PROGRAM STUDI S2 KESEHATAN MASYARAKAT
FAKULTAS KEDOKTERAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2024**

**PROGRAM STUDI S2 ILMU KESEHATAN MASYARAKAT (S2 KARS)
FAKULTAS KEDOKTERAN UNIVERSITAS ANDALAS**

Tesis, 3 Juni 2024

Dwi Fera Ninda, No. BP 2020322018

**HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN JASA DENGAN TINGKAT
KEPUASAN PASIEN PADA POLIKLINIK RAWAT JALAN
RUMAH SAKIT UMUM AISYIAH PADANG**

XXI + 195 halaman, 8 gambar, 29 tabel, 14 lampiran

ABSTRAK

Bauran pemasaran jasa pada Poliklinik Rawat Jalan RSUD Aisyiah Padang masih mengalami permasalahan yang tergambar dari penurunan jumlah pasien pada tahun 2018-2022. Penurunan jumlah pasien menggambarkan adanya masalah pada kepuasan pasien rumah sakit. Hal ini membuktikan adanya hubungan antara bauran pemasaran jasa dengan kepuasan pasien. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden, distribusi frekuensi bauran pemasaran jasa dan tingkat kepuasan pasien, hubungan bauran pemasaran jasa dengan tingkat kepuasan pasien dan mengetahui faktor paling dominan yang mempengaruhi tingkat kepuasan pasien. Bauran pemasaran adalah inti dari setiap aktivitas pemasaran. Bauran pemasaran jasa rumah sakit terdiri dari elemen-elemen yang dapat dikendalikan oleh suatu rumah sakit untuk mempengaruhi dan memuaskan pelanggan/ pasien. Desain penelitian adalah *cross sectional* dengan sampel 100 orang responden yang merupakan pasien atau keluarga pasien. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diambil dengan teknik *consecutive sampling*, kemudian dilakukan analisa univariat, bivariat dan multivariat. Penelitian menunjukkan mayoritas responden menilai bauran pemasaran jasa kurang baik: produk (84%), tempat (64%), promosi (90%), SDM (65%), proses (76%) dan bukti fisik (91%), adanya hubungan antara bauran pemasaran jasa dengan tingkat kepuasan pasien, variabel yang paling berpengaruh adalah bauran bukti fisik. Perbaikan yang dapat dilakukan terhadap bauran bukti fisik adalah dengan menambah lokasi parkir yang dekat dengan rumah sakit, memajang penghargaan yang diraih dokter dan sertifikat yang dimenangkan rumah sakit, memperbaiki desain interior ruang pelayanan dan ruang tunggu dengan menambah jumlah tempat duduk dan petunjuk arah/informasi, memperbaiki dan menjaga kebersihan toilet, membuat ruang tunggu yang kedap suara, menambah lampu untuk pencahayaan dan memperbaiki ventilasi ruangan dengan memasang *exhaust fan*.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran Jasa; Kepuasan Pasien; Rumah Sakit

Daftar Pustaka : 74 (2006-2023)

**MASTER PROGRAM OF PUBLIC HEALTH (S2 KARS)
FACULTY OF MEDICINE ANDALAS UNIVERSITY**

Thesis, 3 Juni 2024

Dwi Fera Ninda, BP No. 2020322018

**THE RELATIONSHIP BETWEEN THE SERVICE MARKETING MIX AND
THE LEVEL OF PATIENT SATISFACTION AT OUTPATIENT
POLYCLINICS AISYIAH PADANG GENERAL HOSPITAL**

XXI + 177 pages, 8 figures, 29 tables, 14 appendices

ABSTRACT

The service marketing mix at the Outpatient Polyclinic at RSU Aisyiah Padang was still experiencing problems as reflected in the decrease in the number of patients in 2018-2022. The decrease in the number of patients reflected a problem with hospital patient satisfaction. This proves that there was a relationship between the service marketing mix and patient satisfaction. This research aimed to determine the characteristics of respondents, the frequency distribution of the service marketing mix and the level of patient satisfaction, the relationship between the service marketing mix and the level of patient satisfaction and to find out the most dominant factors that influence the level of patient satisfaction. The marketing mix was the core of every marketing activity. The hospital service marketing mix consisted of elements that can be controlled by a hospital to influence and satisfy customers/patients. The research design was cross sectional with a sample of 100 respondents who were patients or patients' families. Datas were collected using a questionnaire taken using consecutive sampling technique, then univariate, bivariate and multivariate analysis was carried out. Research showed that the majority of respondents assess the service marketing mix as poor: product (84%), place (64%), promotion (90%), people (65%), process (76%) and physical evidence (91%), relationship Between the service marketing mix and the level of patient satisfaction, the most influential variable was the physical evidence mix. Improvements that can be made to the mix of physical evidence were by adding parking locations close to the hospital, displaying awards won by doctors and certificates won by the hospital, improving the interior design of service rooms and waiting rooms by increasing the number of seats and directions/information, repaired and maintained the cleanliness of the toilet, made the waiting room soundproof, added lights for lighting and improved room ventilation by installing an exhaust fan.

Keywords : Service Marketing Mix; Patient Satisfaction; Hospital

Bibliography : 74 (2006-2023)