

TESIS

**ANALISIS FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN PEMILIHAN
RUMAH SAKIT UMUM DAERAH dr. RASIDIN PADANG SEBAGAI
PUSAT RUJUKAN LAYANAN KESEHATAN**

OLEH:

Muhammad Zhikron Octoprima Orsal

NIM.2120322020

**Tesis ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Kesehatan Masyarakat**



Dosen Pembimbing :

dr. Nur Afrainin Syah, M.Med.Ed, PhD

Dr. dr. Adila Kasni Astiena, MARS

**PROGRAM STUDI
KESEHATAN MASYARAKAT PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS KEDOKTERAN UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2024**

Abstrak

ANALISIS FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN PEMILIHAN RUMAH SAKIT UMUM DAERAH dr. RASIDIN PADANG SEBAGAI PUSAT RUJUKAN LAYANAN KESEHATAN

Muhammad Zhikron Octoprime Orsal, Nur Afrainin Syah, Adila Kasni Astiena

Rumah Sakit diharuskan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan rencana untuk menarik lebih banyak pasien guna memastikan kelangsungan hidup dan kesuksesan. Salah satu strategi pemasaran yang bisa diterapkan untuk mengembangkan rumah sakit adalah konsep Service Marketing Mix. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan pemilihan RSUD dr Rasidin Padang sebagai pusat rujukan layanan kesehatan.

Desain penelitian ini adalah *mix methode type explanatory* dengan sampel 100 orang. Sampel diambil secara *consecutive sampling* Terhadap sampel penelitian dilakukan wawancara dengan menggunakan kuesioner untuk melihat karakteristik, faktor-faktor dan pemilihan RS rujukan. Hasil penelitian diolah secara komputerisasi, dengan menggunakan Chi-Square dan Regresi Logistik dengan derajat kemaknaan $p < 0,05$. Setelah itu dilakukan wawancara pada 10 informan untuk mendalami terkait faktor yang paling dominan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya 34% responden memilih RSUD dr Rasidin Padang sebagai RS pilihan rujukan, dari jumlah tersebut, 33% mengatakan *Product* baik, 46,7% *Price* mahal, 49% *Promotion* kurang, 34,5% sangat puas dengan mutu layanan dokter, 46,7% sangat puas dengan mutu layanan karyawan, 83,3% *Place* sulit dijangkau, 66,7% proses tidak jelas dan 32% *Physical Evidence* lengkap. Terdapat hubungan bermakna antara *Price*, *Place* dan *Promotion* dengan pemilihan RS rujukan dan tidak terdapat hubungan antara *Product* (jasa), *People* (orang), *prosess* (proses) dan *Physical evidence* (bukti fisik) dengan pemilihan RS rujukan. *Promotion* merupakan faktor yang paling dominan terhadap pemilihan RS rujukan ($p=0,003$).

Price, *Place* dan *Promotion* merupakan faktor yang menentukan pemilihan RSUD dr Rasidin sebagai RS pilihan rujukan dengan *Promotion* sebagai faktor yang paling dominan.

Kata Kunci : *Service Marketing Mix*, *Place*, *Price*, *Promotion*

Abstract

ANALYSIS OF FACTORS RELATING TO THE SELECTION OF A REGIONAL GENERAL HOSPITAL dr. RASIDIN PADANG AS A REFERRAL CENTER FOR HEALTH SERVICES

Muhammad Zhikron Octoprima Orsal, Nur Afrainin Syah, Adila Kasni Astiena

Hospitals are required to develop and implement plans to attract more patients to ensure survival and success. One marketing strategy that can be applied to develop a hospital is the marketing mix concept. This research aims to analyze the factors related to the selection of hospital as a health service referral center.

The design of this research is a mix method type explanatory was carried out on 100 samples taken by consecutive sampling. Interviews were conducted with the research sample using a questionnaire to examine the characteristics, factors and selection of referral hospitals. The research results were processed computerized, using Chi-Square and Logistic Regression with a significance level of $p < 0.05$. After that, Interviews were conducted with the 10 informants to explore the most dominant factors.

The research results showed that only 34% of respondents chose RSUD Dr Rasidin Padang as the hospital of choice, of this number, 33% said the product was good, 46.7% the price was expensive, 49% the promotion was lacking, 34.5% were very satisfied with the quality of the doctor's services, 46.7% were very satisfied with the quality of employee service, 83.3% Places were difficult to reach, 66.7% processes were unclear and 32% Physical Evidence was complete. There is a significant relationship between Price, Place and no relationship between Product (service), People, Process and Physical Evidence with the selection of a referral hospital. Promotion and the selection of a referral hospital ($P < 0.05$) and Promotion is the most dominant factor in the selection of a referral hospital ($p = 0.003$).

Price, Place and Promotion are factors that determine the selection of RSUD Dr Rasidin as the referral hospital of choice with Promotion as the most dominant factor.

Keywords: Marketing Mix, Place, Price, Promotion