

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA  
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT  
PROGRAM STUDI KESEHATAN MASYARAKAT  
PEMINATAN MANAJEMEN RUMAH SAKIT**

**Skripsi, Juli 2023  
Deviliena Assyifa**

**ANALISIS HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN  
RAWAT JALAN DI RUMAH SAKIT UMUM KOTA TANGERANG SELATAN TAHUN  
2023**

**xiv + 77 + 14 tabel + 2 gambar + 7 lampiran**

**ABSTRAK**

**Latar Belakang :** Melihat banyaknya jumlah kunjungan pasien khususnya di instalasi rawat jalan. Membuat rumah sakit harus mengembangkan program pemasaran untuk memastikan bahwa jasa pelayanan kesehatan mereka sesuai dengan target pasar mereka serta demi menjaga kelayakitan pasien terhadap rumah sakit. strategi untuk mencapainya dengan bauran pemasaran. Berdasarkan data kunjungan pasien rawat jalan RSUD Kota Tangerang Selatan terjadi penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2019 sebanyak 173.653 kunjungan, ke tahun 2020 sebanyak 119.020 kunjungan dan 2021 sebanyak 103.643 kunjungan, kemudian terjadi peningkatan kembali pada tahun 2022 sebanyak 124.618. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan bauran pemasaran terhadap loyalitas pasien rawat jalan di RSUD Kota Tangerang Selatan tahun 2023.

**Metode :** Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari – Juni tahun 2023 dengan sampel pasien rawat jalan menggunakan pendekatan cross sectional. Sampel diambil dengan purposive sampling sebanyak 120 responden. Analisis dilakukan secara bivariat melalui uji chi-square.

**Hasil :** Adanya hubungan dari 7 variabel bauran pemasaran dengan loyalitas pasien rawat jalan di RSUD Kota Tangerang Selatan Tahun 2023, diantaranya: produk (pvalue=0,000), harga (pvalue=0,000), tempat (pvalue=0,014), promosi (pvalue=0,000), orang (pvalue=0,004), proses (pvalue=0,000) dan bukti fisik (pvalue=0,002).

**Kesimpulan :** Terdapat Hubungan pada tujuh bauran pemasaran dengan loyalitas pasien rawat jalan artinya begitu penting strategi pemasaran terhadap sifat loyal pasien.

**Saran :** Pihak rumah sakit diharapkan dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas poliklinik rawat jalan RSUD Kota Tangerang Selatan

**Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Loyalitas, Rawat Jalan  
Daftar Pustaka : 75 (2008-2023)**

**UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH JAKARTA  
FACULTY OF PUBLIC HEALTH  
STUDY PROGRAM OF PUBLIC HEALTH  
DEPARTEMENT OF HOSPITAL MANAGEMENT**

**Skripsi, July 2023  
Deviliena Assyifa**

**MARKETING MIX RELATIONSHIP ANALYSIS ON OUTPATIENT LOYALTY AT  
SOUTH TANGERANG CITY GENERAL HOSPITAL IN 2023**

**xiv + 77 + 14 tables + 2 picture + 7 attachments**

***ABSTRACT***

***Background:*** seeing the large number of patient visits, especially in outpatient installations. Creating hospitals should develop marketing programs to ensure that their health services are in accordance with their target market and in order to maintain the loyalty of patients to the hospital. strategies to achieve this with the marketing mix. Based on data on outpatient visits South Tangerang City hospital there was a significant decrease in 2019 by 173,653 visits, to 2020 by 119,020 visits and 2021 by 103,643 visits, then an increase again in 2022 by 124,618. The purpose of this study was to determine the relationship of the marketing mix to the loyalty of outpatients in South Tangerang City Hospital in 2023.

***Method:*** this study was conducted in February – June 2023 with a sample of outpatient patients using a cross sectional approach. The sample was taken by purposive sampling of 120 respondents. The analysis was done bivariate through chi-square test.

***Result:*** the relationship of 7 variables of marketing mix with outpatient loyalty in South Tangerang City Hospital in 2023, including: product (pvalue=0.000), price (pvalue=0.000), place (pvalue=0.014), promotion (pvalue=0.000), person (pvalue=0.004), process (pvalue=0.000) and physical evidence (pvalue=0.002).

***Conclusion:*** there is a relationship in the 7 marketing mix with outpatient loyalty means that marketing strategies are so important to the loyal nature of patients.

***Suggestion :*** the hospital is expected to improve and maintain the quality of outpatient Polyclinic RSUD Kota Tangerang Selatan

***Keywords: Marketing Mix, Loyalty, Outpatient  
Bibliography : 75 (2008-2023)***