

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY ANALYSIS ON LOYALTY THROUGH PATIENT SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE AT BELLEZA KEDATON HOSPITAL

**By
Resty Destariza**

The growth and development of private hospitals in recent years has undoubtedly had a positive impact on the public, who require high-quality, high-class healthcare. Therefore, hospitals must provide quality services to achieve patient satisfaction and ultimately customer loyalty. This can also enhance the hospital's image. Quality service will lead to patient satisfaction. When patients perceive the quality of service provided by the hospital favorably, the hospital's corporate image will also be positive. This can increase patient satisfaction, which in turn fosters customer loyalty.

High competition between hospitals makes companies compete to increase patient satisfaction so that they do not move to other hospitals. Because of this, efforts to maintain patient satisfaction and loyalty are important things that hospitals must always do. This research aims to assess and analyze whether marketing strategies at Belleza Kedaton Hospital can increase patient satisfaction and loyalty. This type of research is quantitative descriptive. The population in this study were all patients at Belleza Kedaton Hospital. The sampling method in this research used non-probability sampling with purposive sampling technique, with a total of 94 respondents. The data collection techniques were carried out by conducting interviews, documentation and questionnaires. Meanwhile, the technical data analysis used is SEM PLS with SmartPLS software which is run via computer media. Based on the results of this research, it shows that marketing strategy (through the 7P marketing mix) has a great influence on patient satisfaction and loyalty.

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PASIEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI RUMAH SAKIT BELLEZA KEDATON

**Oleh
Resty Destariza**

Tumbuh dan berkembangnya rumah sakit swasta di beberapa tahun belakangan ini tentu saja berdampak positif bagi masyarakat yang membutuhkan pelayanan kesehatan yang berkualitas dan berkelas. Oleh sebab itu, rumah sakit harus menyediakan pelayanan yang berkualitas demi tercapainya kepuasan pasien dan berujung kepada loyalitas pelanggan. Tentunya hal ini juga dapat menaikkan citra rumah sakit. Pelayanan yang bermutu akan membuat pasien merasa puas. Bila persepsi pasien terhadap mutu pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit sudah baik, maka image pasien (*corporate image*) terhadap rumah sakitpun akan menjadi positif. Kondisi ini dapat meningkatkan kepuasan pasien (*customer satisfaction*), yang berlanjut pada pembentukan loyalitas pasien (*Customer Loyalty*).

Tingginya persaingan di antara rumah sakit membuat perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan kepuasan pasien agar tidak berpindah ke rumah sakit yang lainnya. Karena hal itulah, upaya menjaga kepuasan dan loyalitas pasien merupakan hal penting yang harus selalu dilakukan oleh rumah sakit. Penelitian ini bertujuan untuk menilai dan menganalisis apakah strategi pemasaran di RS Belleza Kedaton dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien. Jenis penelitian ini deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini semua pasien di RS Belleza Kedaton. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan jenis Non probability sampling dengan teknik *Purposive sampling*, dengan total responden sebanyak 94 orang. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Sedangkan teknis analisis data yang digunakan adalah SEM PLS dengan software SmartPLS yang dijalankan melalui media komputer. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran (melalui bauran pemasaran 7P) sangat berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pasien.