

## ABSTRAK

Beragamnya kebutuhan masyarakat akan produk dan jasa kesehatan maka pihak rumah sakit berlomba-lomba semaksimal mungkin untuk melayani konsumen. Rumah sakit harus meningkatkan mutu pelayanan dan juga rumah sakit perlu untuk mendesain program pemasaran agar produk/jasa memperoleh respon dari pasar sasaran dan berjalan sukses. Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai salah satu tujuan pemasaran yaitu memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan pengomsumsi serta mendatangkan keuntungan bagi pihak perusahaan dari pasar bauran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh mutu layanan, dan bauran pemasaran terhadap minat pemanfaatan ulang layanan rawat inap di RSU Royal Prima Medan Tahun 2022. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif desain penelitian yang digunakan adalah metode observasional analitik dengan pendekatan *cross sectional*. Populasi dalam penelitian ini adalah rata - rata pasien yang datang berobat ke Instalasi Rawat Inap RSU Royal Prima Medan 3 bulan terakhir yang berjumlah 1.653 pasien. Pengambilan sampel menggunakan analisis SEM dimana jumlah sampel sebanyak 150 pasien. Analisis data menggunakan analisis univariat, bivariat dan multivariat. Hasil penelitian menunjukkan Mutu layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemanfaatan ulang layanan rawat inap di RSU Royal Prima Medan  $p\text{-value} < 0,05$ , bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemanfaatan ulang layanan rawat inap di RSU Royal Prima Medan  $p\text{-value} < 0,05$ . Secara bersama-sama atau secara simultan Mutu layanan dan bauran pemasaran secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemanfaatan ulang layanan rawat inap di RSU Royal Prima Medan  $p\text{-value} < 0,05$ . Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen dalam penelitian ini adalah variabel mutu layanan.

**Kata Kunci:** Rumah sakit, Mutu layanan, Bauran pemasaran, Minat pemanfaatan ulang

## **ABSTRACT**

*The diversity of people's needs for health products and services means that hospitals are competing as much as possible to serve consumers. Hospitals must improve the quality of service and also hospitals need to design marketing programs so that products/services get a response from the target market and run successfully. The marketing mix is a set of marketing tools used by the company to continuously achieve one of the marketing goals, namely to provide satisfaction to the wants and needs of consumers and to generate profits for the company from the mix market. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and marketing mix on the intention to reuse inpatient services at RSU Royal Prima Medan in 2022. This research is a type of quantitative research. The research design used was an analytic observational method with a cross sectional approach. The population in this study was the average patient who came for treatment at the Inpatient Installation of RSU Royal Prima Medan in the last 3 months, totaling 1,653 patients. Sampling used SEM analysis where the number of samples was 150 patients. Data analysis used univariate, bivariate and multivariate analysis. The results showed that service quality had a positive and significant effect on the intention to reuse inpatient services at RSU Royal Prima Medan  $p\text{-value} < 0.05$ , the marketing mix had a positive and significant effect on the intention to reuse inpatient services at RSU Royal Prima Medan  $p\text{-value} < 0.05$ . Simultaneously or simultaneously service quality and marketing mix have a positive and significant effect on the intention to reuse inpatient services at RSU Royal Prima Medan  $p\text{-value} < 0.05$ . The independent variable that has the most influence on the dependent variable in this study is the service quality variable.*

*Keywords: Hospital, Quality of service, Marketing mix, Interest in reuse*