

ABSTRAK

Pemasaran di rumah sakit merupakan kegiatan dasar dari suatu organisasi untuk menjalankan usahanya dan untuk menjaga kesinambungannya, peran pemasaran di rumah sakit sangat penting dalam menentukan pemilihan rumah sakit. Pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang diperluas dengan penambahan non tradisional bauran pemasaran yaitu *people*, *physcal evidance*, dan *process*, sehingga menjadi 7 unsur. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pasien BPJS Rawat Inap ke RSUD Royal Prima Marelana. Penelitian ini penelitian adalah observasional analitik dengan pendekatan *Cross Sectional*. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien BPJS rawat inap selama 5 bulan terakhir di RSUD Royal Prima Marelana yang berjumlah 1.279 Pasien. Penentuan sampel menggunakan rumus slovin dengan jumlah sampel sebanyak 305 pasien. Analisis data menggunakan analisis univariat, bivariat dan multivariat. Hasil penelitian menunjukkan variabel jenis pelayanan, lokasi pelayanan, promosi, tenaga kesehatan , penampilan fisik, prosedur pelayanan dan kinerja rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang pasien BPJS rawat inap ke RSUD Royal Prima Marelana $p\text{-value} < 0,05$. Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang pasien BPJS rawat inap ke RSUD Royal Prima Marelana adalah variabel kinerja rumah sakit.

Kata Kunci: Rumah Sakit, Bauran Pemasaran Jasa, BPJS, Pasien Rawat Inap

ABSTRACT

Marketing in hospitals is a basic activity of an organization to run its business and to maintain its continuity, the role of marketing in hospitals is very important in determining the selection of hospitals. Service marketing requires an expanded marketing mix by adding non-traditional marketing mixes, namely people, physical evidence, and process, so that there are 7 elements. The purpose of this study was to determine the effect of the service marketing mix on the intention to revisit BPJS patients for hospitalization at RSU Royal Prima Marelan. This research is an analytic observational study with a cross sectional approach. The population in this study were inpatient BPJS patients for the last 5 months at RSU Royal Prima Marelan, totaling 1,279 patients. Determination of the sample using the slovin formula with a total sample of 305 patients. Data analysis used univariate, bivariate and multivariate analysis. The results showed that the variable type of service, service location, promotion, health personnel, physical appearance, service procedures and hospital performance had a positive and significant effect on the intention to revisit inpatient BPJS patients at RSU Royal Prima Marelan p -value <0.05 . The independent variable that has the most influence on the intention to revisit inpatient BPJS patients at RSU Royal Prima Marelan is the hospital's performance variable.

Keywords: Hospitals, Service Marketing Mix, BPJS, Inpatients