

# ABSTRAK

Pertumbuhan rumah sakit di Indonesia semakin pesat. Pesatnya pertumbuhan rumah sakit telah menyebabkan persaingan yang semakin ketat di bidang pelayanan kesehatan. Strategi pemasaran oleh pihak rumah sakit dapat dilakukan dengan membuat iklan yang menarik, menawarkan pelayanan kesehatan yang lengkap dan melakukan pendekatan kepada masyarakat untuk memberikan informasi tentang layanan baru. Selain itu juga bisa menerapkan bauran pemasaran sebagai strategi pemasaran dengan menerapkan 5p yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemasaran dalam meningkatkan kunjungan pasien di RSUD Bandung Medan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan gabungan kuantitatif dan kualitatif. Populasi untuk metode kuantitatif adalah rata-rata pasien Instalasi Rawat Inap RSUD Bandung Medan 3 bulan terakhir yang berjumlah 623 pasien dan yang menjadi sampel sebanyak 150 pasien. Untuk metode kualitatif informan yang digunakan sebanyak 3 informan. Analisis data kuantitatif menggunakan analisis univariat, bivariat dan multivariat dan analisis data untuk metode kualitatif menggunakan Analisis data *model Miles and Huberman*. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas pasien yang berkunjung ke RSUD Bandung Medan berusia 32-47 tahun sebanyak 90 orang, mayoritas jenis kelamin perempuan sebanyak 88 orang, dengan pendidikan terakhir mayoritas S1 sebanyak 72 orang, dan mayoritas pekerjaan pasien ialah pegawai swasta sebanyak 67 orang. mayoritas pasien berkunjung ke RSUD Bandung Medan 1 kali sebanyak 94 orang. Strategi pemasaran *Product, Price, Place, Promotion, People* dalam penelitian ini seluruhnya berpengaruh dalam meningkatkan kunjungan pasien di RSUD Bandung Medan. Upaya pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan kunjungan pasien ke RSUD Bandung Medan adalah dengan menerapkan 5p yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People*.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Rumah Sakit, Kunjungan Pasien

# ABSTRACT

*The growth of hospitals in Indonesia is growing rapidly. The rapid growth of hospitals has led to increasingly fierce competition in the health service sector. Marketing strategies by the hospital can be carried out by making attractive advertisements, offering complete health services and approaching the public to provide information about new services. Besides that, you can also apply the marketing mix as a marketing strategy by implementing the 5p, namely Product, Price, Place, Promotion, People. The purpose of this study was to determine the influence of marketing in increasing patient visits at RSUD Bandung Medan. This type of research is research with a combination of quantitative and qualitative. The population for the quantitative method is the average patient in the Bandung Hospital Medan Inpatient Installation for the last 3 months, totaling 623 patients and 150 patients as a sample. For the qualitative method of informants used as many as 3 informants. Quantitative data analysis used univariate, bivariate and multivariate analysis and data analysis for qualitative methods used the Miles and Huberman data analysis model. The results showed that the majority of patients who visited Bandung Medan General Hospital were aged 32-47 years as many as 90 people, the majority were female as many as 88 people, with the last education the majority were S1 as many as 72 people, and the majority of work patients were private employees as many as 67 people. the majority of patients visited RSUD Bandung Medan once as many as 94 people. Product, Price, Place, Promotion, People marketing strategies in this study all had an effect on increasing patient visits at RSUD Bandung Medan. The marketing effort used to increase patient visits to Bandung Medan General Hospital is by implementing 5p namely Product, Price, Place, Promotion, People.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, Hospital, Patient Visit*