

ABSTRAK

FITRIYANA BR KABAN. Pengaruh Strategi *Marketing Digital* SEO, *Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih berobat pada Pasien Ibu Hamil Di RSUD Royal Prima Medan. Dibimbing oleh **Prof. Dr. Chrismis Novalinda Ginting, M.Kes.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Strategi *Marketing Digital* SEO, *Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Memilih berobat pada Pasien Ibu Hamil Di RSUD Royal Prima Medan. Penelitian dilakukan terhadap Ibu hamil yang pernah berobat di RSUD Royal Prima Medan. Populasi dalam penelitian adalah Seluruh Pasien Ibu hamil pada yang pernah berobat di RSUD Royal Prima selama 2 tahun terakhir. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik Random Sampling. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10% sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 67 dari jumlah populasi sebesar 196 Ibu Hamil. Teknik analisis data menggunakan analisis Univariat, Bivariat dan Multivariat dengan perhitungan menggunakan SPSS versi 23. Hasil uji Bivariat menunjukkan variabel Strategi *Marketing Digital* SEO, *Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan memilih dengan nilai p masing-masing sebesar 0,004; 0,017 dan 0,000 dengan nilai PR masing-masing sebesar 3,407; 2,550 dan 7,885. Dari hasil analisis Multivariat menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh terbesar terhadap keputusan memilih yakni dengan nilai p sebesar 0,000 dan nilai Exp(B) sebesar 16,623 (95% CI 3,551-77,817).

Kata Kunci : Keputusan Memilih, Kualitas Pelayanan, Strategi *Marketing Digital* SEO, dan *Word of Mouth*.

ABSTRACT

FITRIYANA BR KABAN. *The Influence of SEO Digital Marketing Strategy, Word of Mouth and Quality of Service on Choosing Decisions in Pregnant Women Patients at Royal Prima Medan Hospital. Supervised by Prof. Dr. Chrismis Novalinda Ginting, M.Kes.*

This study aims to determine the effect of SEO Digital Marketing Strategy, Word of Mouth and Quality of Service on the Decision to Choose Treatment for Pregnant Women Patients at RSUD Royal Prima Medan. The research was conducted on pregnant women who had been treated at RSUD Royal Prima Medan. The population in the study were all pregnant women who had been treated at RSUD Royal Prima in the last 2 years. The data collection method in this study is a questionnaire or questionnaire. The sampling technique used is the Random Sampling technique. Determining the number of samples in this study used the Slovin formula with an error rate of 10% so that a total sample of 67 was obtained from a total population of 196 pregnant women. Data analysis techniques used Univariate, Bivariate and Multivariate analysis with calculations using SPSS version 23. The results of the Bivariate test showed that the SEO Digital Marketing Strategy, Word of Mouth and Service Quality variables had an influence on the decision to choose with a p value of 0.004 each; 0.017 and 0.000 with a PR value of 3.407 each; 2,550 and 7,885. The results of the Multivariate analysis show that the Service Quality variable has the greatest influence on the decision to choose, with a p value of 0.000 and an Exp(B) value of 16.623 (95% CI 3.551-77.817).

Keywords : SEO Digital Marketing Strategy, Word of Mouth, Quality of Service and Choosing Decisions