

ABSTRAK

Rumah sakit sebagai salah satu tempat untuk memperoleh pelayanan jasa bergantung pada tingkat kunjungan pasien. Dalam strategi pemasaran yang tepat, rumah sakit juga perlu mempelajari perilaku pasien. Perilaku pasien meliputi bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, memakai, dan memanfaatkan jasa dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Strategi Marketing Mix, Citra Rumah Sakit, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Berobat Pada Pasien Rencana Rawat Inap di IGD RSUD Royal Prima Medan. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan rancangan *cross sectional*. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien yang berkunjung ke RSUD Royal Prima Medan selama tahun 2023 yang berjumlah 17.333. Penentuan jumlah sampling dalam penelitian ini menggunakan rumus Taro Yamane dengan jumlah sampel yang didapat sebanyak 100 sampel. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis univariat, bivariat dan multivariat. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 26-35 tahun sebanyak 73 (73%) responden, mayoritas berjenis kelamin laki-laki sebanyak 56 (56%), berpendidikan S1 sebanyak 69 (69%), dan mayoritas status pekerjaannya adalah wiraswasta sebanyak 41 (41%). Terdapat pengaruh marketing mix terhadap keputusan memilih berobat pada pasien rencana rawat inap di IGD RSUD Royal Prima Medan, terdapat pengaruh citra rumah sakit terhadap keputusan memilih berobat pada pasien rencana rawat inap di IGD RSUD Royal Prima Medan, terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih berobat pada pasien rencana rawat inap di IGD RSUD Royal Prima Medan, terdapat pengaruh marketing mix, citra rumah sakit, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih berobat pada pasien rencana rawat inap di IGD RSUD Royal Prima Medan secara simultan atau secara bersama-sama. Variabel independen dalam penelitian ini yang paling berpengaruh terhadap keputusan memilih berobat pada pasien rencana rawat inap di IGD RSUD Royal Prima Medan adalah variabel marketing mix (X1).

Kata kunci: Marketing mix, Citra rumah sakit, Kualitas pelayanan, Keputusan berobat

ABSTRACT

Hospitals as a place to obtain services depend on the level of patient visits. In a proper marketing strategy, hospitals also need to study patient behavior. Patient behavior includes how individuals, groups, and organizations select, use, and utilize services in order to satisfy their needs and desires. The aim of this research is to determine the influence of marketing mix strategy, hospital image and service quality on the decision to choose treatment for patients planning to be hospitalized in the emergency room at RSU Royal Prima Medan. The type of research is quantitative research with a cross-sectional design. The population in this study were 17,333 patients visiting RSU Royal Prima Medan during 2023. Determining the number of samples in this study used the Taro Yamane formula with the number of samples obtained being 100 samples. Data analysis in this study used univariate, bivariate and multivariate analysis. The results showed that the majority of respondents in this study were aged 26-35 years, 73 (73%) of the respondents, the majority were male, 56 (56%), had a Bachelor's degree, 69 (69%), and the majority of their employment status was self-employed. 41 (41%). There is an influence of the marketing mix on the decision to choose treatment for patients planning to be hospitalized in the emergency room at RSU Royal Prima Medan, there is an influence of the hospital image on the decision to choose treatment for patients planning to be hospitalized at the emergency room at RSU Royal Prima Medan, there is an influence of service quality on the decision to choose treatment at For patients planning to be hospitalized in the emergency room at RSU Royal Prima Medan, there is an influence of the marketing mix, hospital image, and quality of service on the decision to choose treatment for patients planning to be hospitalized at the emergency room at RSU Royal Prima Medan simultaneously or together. The independent variable in this study that has the most influence on the decision to choose treatment for patients planning to be hospitalized in the emergency room at RSU Royal Prima Medan is the marketing mix variable (X1).

Keywords: Marketing mix, Hospital image, Service quality, Treatment decisions