

ABSTRAK

Lidia Henni Sembiring, Npm : 23307050070, Tahun 2025. Pengaruh Strategi Marketing Digital *Search Engine Optimization*, *Word Of Mouth* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Berobat Pada Pasien di Rumah Sakit Putri Hijau Medan

Tesis. Fakultas Kedokteran, Kedokteran Gigi Dan Ilmu Kesehatan Universitas Prima Indonesia Medan

Latar belakang : Kesehatan merupakan kebutuhan yang penting bagi masyarakat. Peningkatan status sosial masyarakat pada saat ini mempengaruhi tuntutan masyarakat akan kualitas pelayanan penyedia jasa kesehatan semakin meningkat pula. Hal ini menuntut para penyedia jasa pelayanan kesehatan selalu meningkatkan kualitas pelayanannya untuk lebih baik lagi. Keputusan berobat pasien tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individual, tetapi juga oleh faktor eksternal yang melibatkan perkembangan teknologi dan perubahan tren konsumen. . *Search Engine Optimization* (SEO) merupakan teknik yang digunakan untuk meningkatkan peringkat situs web di hasil pencarian mesin pencari. Dengan strategi SEO yang tepat, rumah sakit dapat meningkatkan visibilitas mereka di dunia maya, sehingga lebih mudah ditemukan oleh calon pasien yang mencari layanan kesehatan. Konsumen yang puas akan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Tujuan : Mengetahui apakah terdapat Pengaruh Strategi Marketing Digital *Search Engine Optimization*, *Word Of Mouth* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Berobat.

Metode : Jenis penelitian yang dilakukan adalah metode deskriptif analitik dengan desain *cross sectional*, peneliti melakukan observasi atau pengukuran variabel pada saat tertentu.

Hasil : Pada analisis terdapat pengaruh yang signifikan antara *Search Engine Optimization* terhadap keputusan berobat dengan nilai $p= 0.019$, terdapat pengaruh yang signifikan antara *Word Of Mouth* terhadap keputusan berobat dengan nilai $p=0.031$ dan terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Memilih Berobat dengan nilai $p =0.006$.

Kesimpulan : Terdapat pengaruh signifikan antara *Search Engine Optimization*, *Word Of Mouth*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Memilih Berobat dengan nilai $p <0.005$.

Kata kunci : *Search Engine Optimization*, *Word Of Mouth*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Memilih Berobat.

ABSTRACT

Lidia Henni Sembiring, Student ID: 23307050070 Year: 2025 "The Influence of Digital Marketing Strategies: The Influence of Search Engine Optimization, Word of Mouth, and Service Quality on Patients' Decisions to Seek Treatment at Putri Hijau Hospital in Medan

Thesis. Faculty of Medicine, Dentistry, and Health Sciences, Prima Indonesia University, Medan.

Background: *Health is an essential societal need. The improvement in society's social status today has led to an increased demand for higher-quality healthcare services. This requires healthcare service providers to continuously improve the quality of their services. Patients' decisions to seek treatment are influenced not only by individual factors, but also by external factors involving technological advancements and changes in consumer trends. Search engine optimization (SEO) is a technique used to improve a website's ranking in search engine results. With the right SEO strategy, hospitals can increase their online visibility, making them easier for potential patients to find. Satisfied consumers will provide word-of-mouth recommendations.*

Objective: *To determine the influence of digital marketing strategies (search engine optimization, word of mouth, and service quality) on the decision to seek medical treatment.*

Method: *A descriptive analytical method with a cross-sectional design was used, in which the researcher observes or measures variables at a specific time.*

Results: *The analysis revealed significant influences between search engine optimization and the decision to seek treatment ($p = 0.019$), word of mouth and the decision to seek treatment ($p = 0.031$), and service quality and the decision to choose treatment ($p = 0.006$).*

Conclusion: *There is a significant influence between Search Engine Optimization, Word of Mouth, Service Quality, and the Decision to Seek Medical Care, with a p-value of less than 0.005.*

Keywords: *Search Engine Optimization, Word of Mouth, Quality of Service, Decision to Choose a Place to Get Treatment.*