

Judul Pengaruh Persepsi Pasien Tentang Marketing
Penelitian : Mix Terhadap Pemanfaatan Pelayanan Rawat
Inap di Rumah Sakit Baptis Kediri

Dosen : Nuril Aulia Munawaroh, S.Sos., M.M

Pembimbing : Edi Murdiyanto, S.H., M.M

Nama : Fernanda Putra Firdaus

NPM : 21130210326

Abstraksi

Bauran pemasaran rumah sakit adalah sekelompok variabel yang dapat dikendalikan dan digunakan rumah sakit untuk mempengaruhi reaksi para pembeli layanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi tentang *marketing mix* terhadap pemanfaatan pelayanan rawat inap. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *cross sectional*. Sampel penelitian sebanyak 122 pasien dan teknik pengambilan sampel secara *probability sampling* dengan jenis *sampling simple random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pasien tentang bauran pemasaran baik dan pemanfaatan pelayanan rawat inap baik sebanyak 53 responden (40%), bauran pemasaran baik tetapi pemanfaatan pelayanan rawat inap kurang baik sebanyak 4 responden (3.3%) sedangkan bauran pemasaran kurang baik dan pemanfaatan pelayanan rawat inap baik sebanyak 8 responden (6,6%), bauran pemasaran kurang baik dan pemanfaatan pemanfaatan pelayanan rawat inap kurang baik sebanyak 61 responden (50,0%) dengan nilai sig. 0,000 ($< 0,05$) dan nilai $r = 0,752$ yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi pasien tentang *marketing mix* terhadap pemanfaatan pelayanan rawat inap.

Kata kunci: *Marketing Mix*, Pelayanan, Persepsi, Rawat Inap

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul Skripsi	i
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	iv
Abstraksi.....	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran.....	xii

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
--------------------------	---

BAB II : LANDASAN TEORI

1.2 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Kajian Pustaka	8
2.2.1 Bauran Pemasaran	8
2.2.2 Persepsi	9
2.2.2.1 Produk	9
2.2.2.2 Proses	10
2.2.2.3 Promosi	10
2.2.2.4 Bukti Fisik.....	10
2.2.2.5 Tempat.....	11
2.2.2.6 Harga	11
2.2.2.7 Orang	12
2.2.3 Pemanfaatan Pelayanan.....	12
2.3 Kerangka Teoritik.....	13

2.4 Hipotesis.....	13
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	15
3.2 Populasi dan Sampel	15
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	16
3.4 Teknik Pengumpulan Data	17
3.5 Alat Analisis Instrumen.....	17
3.6 Teknik Analisis Data	18
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Deskriptif.....	20
4.1.1 Karakteristik Responden	20
4.1.2 Persepsi Pasien Terhadap Produk	22
4.2 Analisis Instrumen.....	23
4.2.1 Uji Validitas	23
4.2.2 Uji Reliabilitas	24
4.3 Analisis Data	25
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	25
4.3.2 Uji Hipotesis	28
4.4 Pembahasan	30
BAB V : PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	39
5.2 Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN	44