

HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PASIEN DALAM MENGGUNAKAN PELAYANAN RAWAT JALAN DI RSUD TEMANGGUNG PADA MASA PANDEMI COVID-19

NAMIRA PUTRI AZZAHRA-25000118120018
2022-SKRIPSI

Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui hubungan bauran pemasaran yang terdiri atas 7P (produk, lokasi, tarif, proses, promosi, petugas, dan bukti fisik) terhadap keputusan pasien dalam menggunakan jasa layanan rawat jalan di RSUD Temanggung pada masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif survey analitik (non eksperimental) dengan pendekatan uji studi *Cross Sectional* terhadap 100 pasien rawat jalan RSUD Temanggung pada masa pandemi Covid-19. Pengambilan sampel dilakukan dengan *accidental sampling*, menggunakan instrumen kuesioner yang telah diuji validitas melalui uji korelasi produk momen dan reabilitasnya melalui metode *alpha cronbach*. Data temuan dianalisis menggunakan uji *Chi-Square*. Didapatkan hasil penelitian bahwa bauran pemasaran yang terbukti memiliki hubungan terhadap keputusan pasien RSUD Temanggung dalam menggunakan jasa rawat jalan selama masa pandemi Covid-19 yaitu produk (P-value = 0,005), proses (P-value = 0,005), tarif (P-value = 0,036), promosi (P-value = 0,006), petugas (P-value = 0,038), dan bukti fisik (P-value = 0,032). Sedangkan bauran pemasaran lokasi (P-value = 0,163) menunjukkan tidak ada hubungan dengan keputusan pasien dalam menggunakan jasa layanan rawat jalan RSUD pada masa pandemi Covid-19. Disarankan bagi manajemen RSUD Temanggung dapat meningkatkan kualitas layanan rawat jalan dengan memperhatikan aspek bauran pemasaran agar pasien yakin dalam keputusan penggunaan layanan. RSUD juga dapat melakukan perencanaan hingga evaluasi strategi pemasaran yang diterapkan terutama dalam ketersediaan layanan, penyesuaian tarif layanan saat pandemi, efektifitas alur layanan dalam pendaftaran, pengoptimalisasian *digital marketing* dalam media promosi, profesionalitas dan kemampuan SDM, serta memerhatikan fasilitas penunjang yang menunjang protokol kesehatan (3M).

Kata Kunci : bauran pemasaran, rawat jalan, rumah sakit, pandemi covid-19