

SKRIPSI

**HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN 6P DENGAN
LOYALITAS PASIEN DI INSTALASI RAWAT INAP
RUMAH SAKIT AISYIYAH KOTA PADANG
TAHUN 2025**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Pendidikan Strata 1 Kesehatan Masyarakat



Oleh

Stevanny Dwi Zentia

2113201042

**PROGRAM STUDI KESEHATAN MASYARAKAT
FAKULTAS ILMU KESEHATAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS ALIFAH PADANG
TAHUN 2025**

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama Lengkap : Stevanny Dwi Zentia
NIM : 2113201042
Tempat / Tanggal Lahir : Painan / 12 Januari 2002
Tanggal Masuk : 15 September 2021
Program Studi : S1 Kesehatan Masyarakat
Nama Pembimbing Akademik : Febriyanti Nursya, S. KM, M. Kes, AAAK
Nama Pembimbing 1 : Bustami, MQIH
Nama Pembimbing 2 : Gusrianti, M. Kes

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul:

“Hubungan Bauran Pemasaran 6P dengan Loyalitas Pasien di Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang”

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat dalam penulisan usulan skripsi ini, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Padang, Juli 2025


Stevanny Dwi Zentia

PERNYATAAN PERSETUJUAN

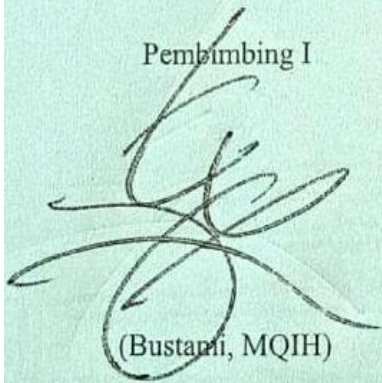
Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Stevanny Dwi Zentia
NIM : 2113201042
Program Studi : Kesehatan Masyarakat
Judul : Hubungan Bauran Pemasaran 6P dengan Loyalitas
Pasien di Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Aisyiyah
Kota Padang

Telah berhasil dipertahankan dihadapan dewan Penguji Seminar Hasil Program Studi Kesehatan Masyarakat Fakultas Ilmu Kesehatan dan Teknologi Informasi Universitas Alifah Padang.

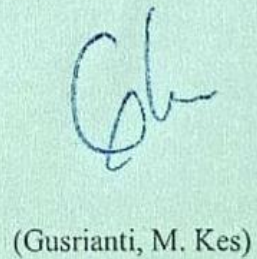
Padang, Agustus 2025

Pembimbing I



(Bustami, MQIH)

Pembimbing II



(Gusrianti, M. Kes)

Disahkan Oleh

Dekan

Fakultas Ilmu Kesehatan dan Teknologi Informasi



(Ns. Syalvia Oresti, M. Kep, Ph.D)

PERNYATAAN PENGUJI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Stevanny Dwi Zentia
NIM : 2113201042
Program Studi : Kesehatan Masyarakat
Judul : Hubungan Bauran Pemasaran 6P dengan Loyalitas
Pasien di Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Aisyiyah
Kota Padang

Telah berhasil dipertahankan dihadapan dewan Penguji Seminar Hasil pada
Program Studi Kesehatan Masyarakat Universitas Alifiah Padang.

Padang, Agustus 2025

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I
Bustami, MQIH

Pembimbing II
Gusrianti, M.Kes

Penguji I
Dian Paramitha Asyari, M.Kes

Penguji II
Usmar Ali, SKM., M.M

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Disahkan oleh

Dekan

Fakultas Ilmu Kesehatan dan Teknologi Informasi



(Ns. Syalvia Oresti, M. Kep, Ph.D)

UNIVERSITAS ALIFAH PADANG

Skripsi, Juli 2025

Stevanny Dwi Zentia

Hubungan Bauran Pemasaran 6P dengan Loyalitas Pasien di Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang

xiv + 83 halaman, 14 tabel, 4 gambar, 12 lampiran

ABSTRAK

Proporsi kunjungan pasien rawat inap di Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang tahun 2021-2023 mengalami penurunan, dari 2.457 kunjungan (2021), 1.925 kunjungan (2022), menjadi 1.667 kunjungan (2023). Tahun 2024 terjadi peningkatan menjadi 2.193 kunjungan. Perubahan jumlah kunjungan pasien lama tersebut mengindikasikan penurunan loyalitas pasien. Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan bauran pemasaran 6P dengan loyalitas pasien di instalasi rawat inap Rumah Sakit Aisyiyah Kota Padang.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *cross sectional*. Populasi adalah seluruh pasien rawat inap tahun 2025, dengan sampel 96 responden yang diambil secara *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui wawancara menggunakan kuesioner, kemudian dianalisis secara univariat dan bivariat.

Hasil uji statistik menunjukkan terdapat hubungan signifikan antara bauran pemasaran tempat ($p = 0,012$), promosi ($p = 0,000$), dan bukti fisik ($p = 0,009$) dengan loyalitas pasien. Sementara itu, produk ($p = 0,886$), orang ($p = 1,000$), dan proses ($p = 0,062$) tidak menunjukkan hubungan signifikan ($p > 0,05$).

Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan loyalitas pasien dapat didukung melalui optimalisasi penataan ruang rawat inap, perbaikan bukti fisik, serta promosi yang inovatif menggunakan media cetak dan digital. Hasil penelitian diharapkan menjadi masukan bagi rumah sakit dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Daftar Bacaan : 39 (2005 – 2024)

Kata kunci : Bauran Pemasaran 6P, Loyalitas Pasien, Rawat Inap

2024

UNIVERSITAS ALIFAH PADANG

Bachelor Thesis, July 2025

Stevanny Dwi Zentia

The Relationship Between the 6P Marketing Mix and Patient Loyalty in the Inpatient Unit of Aisiyiah Hospital, Padang City

xiv + 83 pages, 14 tables, 4 figures, 12 appendices

ABSTRACT

The proportion of inpatient visits at Aisiyiah Hospital Padang from 2021 to 2023 showed a decline, from 2,457 visits (2021) to 1,925 visits (2022) and 1,667 visits (2023). In 2024, the number increased to 2,193 visits. Changes in the number of returning inpatients indicate a decrease in patient loyalty. This study aims to determine the relationship between the 6P marketing mix and patient loyalty in the inpatient unit of Aisiyiah Hospital Padang.

This research employed a quantitative approach with a cross-sectional design. The population comprised all inpatients in 2025, with a sample of 96 respondents selected using accidental sampling. Data were collected through interviews using a questionnaire and analyzed using univariate and bivariate methods.

The statistical analysis revealed significant relationships between the marketing mix variables of place ($p = 0.012$), promotion ($p = 0.000$), and physical evidence ($p = 0.009$) with patient loyalty. Conversely, product ($p = 0.886$), people ($p = 1.000$), and process ($p = 0.062$) showed no significant relationships ($p > 0.05$).

This study concludes that improving patient loyalty can be achieved by optimizing inpatient room arrangements, enhancing physical evidence, and implementing innovative promotions through print and digital media. The findings are expected to provide input for the hospital in formulating more effective marketing strategies.

References: 39 (2005 – 2024)

Keywords: 6P Marketing Mix, Inpatient Care, Patient Loyalty

2024