

SKRIPSI

HUBUNGAN *MARKETING MIX* DENGAN LOYALITAS PASIEN RAWAT JALAN DI RUMAH SAKIT BHAYANGKARA PADANG TAHUN 2025

Diajukan sebagai salah satu untuk menyelesaikan
Pendidikan Strata I Kesehatan Masyarakat



Oleh:

Intan Sari
2113201070

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

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama Lengkap : Intan Sari
NIM : 2113201070
Tempat/tgl lahir : Sungai Durian/ 23-12-2002
Program Studi : S-1 Kesehatan Masyarakat
Nama Pembimbing Akademik : Nurul Prihastita Rizyana, MKM
Nama Pembimbing I : Nurul Prihastita Rizyana, MKM
Nama Pembimbing II : Wilda Tri Yuliza, M.Kes

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul : **“Hubungan *Marketing Mix* dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang Tahun 2025”**

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat dalam penulisan skripsi ini, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan. Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Padang, Juli 2025



(Intan Sari)

HALAMAN PERSETUJUAN

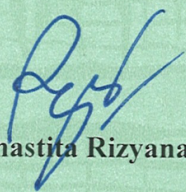
Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Intan Sari
NIM : 2113201070
Program Studi : S1 Kesehatan Masyarakat
Judul : Hubungan *Marketing Mix* dengan Loyalitas Pasien Rawat
Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang Tahun 2025

Telah berhasil diseminarkan dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Seminar Hasil Program Studi Kesehatan Masyarakat Fakultas Ilmu Kesehatan dan Teknologi Informasi Universitas Alifiah Padang.

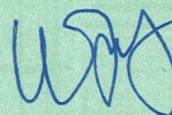
Padang, Agustus 2025

Pembimbing I



(Nurul Prihastita Rizyana, M.KM)

Pembimbing II



(Wilda Tri Yuliza, M.Kes)

Disahkan oleh

Dekan

Fakultas Ilmu Kesehatan dan Teknologi Informasi
Universitas Alifiah Padang




Ns. Syalvia Oresti, S.Kep, M.Kep, Ph.D

PERNYATAAN PENGUJI

Skripsi ini diajukan oleh :

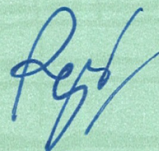
Nama : Intan Sari
NIM : 2113201070
Program Studi : S1 Kesehatan Masyarakat
Judul : Hubungan *Marketing Mix* dengan Loyalitas Pasien Rawat
Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang Tahun 2025

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Seminar Hasil Program Studi Kesehatan Masyarakat Fakultas Ilmu Kesehatan dan Teknologi Informasi Universitas Alifiah Padang.

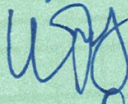
Padang, Agustus 2025

DEWAN PENGUJI

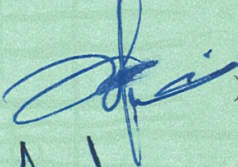
Pembimbing I
Nurul Prihastita Rizyana, M.KM

()

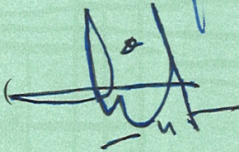
Pembimbing II
Wilda Tri Yuliza, M.Kes

()

Penguji I
Dr. Ns. Asmawati, M.Kep, M.KM

()

Penguji II
Ns. Delima, M.Kes

()

Disahkan oleh
Dekan

Fakultas Ilmu Kesehatan dan Teknologi Informasi
Universitas Alifiah Padang

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

UNIVERSITAS ALIFAH PADANG

Skripsi, Juli 2025

Intan Sari

Hubungan *Marketing Mix* dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang Tahun 2025.

xiv + 84 halaman, 20 tabel, 2 gambar, 13 lampiran

ABSTRAK

Rumah Sakit Bhayangkara Padang mengalami penurunan jumlah kunjungan rawat jalan di tahun 2023. Loyalitas pasien sangat penting bagi rumah sakit untuk meningkatkan mutu pelayanan dan kepuasan pasien agar dapat bersaing dengan rumah sakit lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *Marketing Mix* dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang.

Metode penelitian yaitu kuantitatif dengan desain *cross sectional*. Penelitian dilakukan pada tanggal 5-12 Mei 2025. Populasi dalam penelitian adalah pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang dengan sampel 97 responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan teknik wawancara. Analisis data menggunakan analisis univariat dan bivariat dengan uji *Chi-Square*.

Hasil penelitian didapatkan loyalitas pasien sebanyak 38,1% dikategorikan tidak loyal, 48,5% menyatakan bauran produk tidak baik, 49,5% menyatakan bauran harga tidak baik, 39,2% menyatakan bauran tempat tidak baik, 37,1% menyatakan bauran promosi tidak baik, 45,4% menyatakan bauran orang tidak baik, 44,3% menyatakan bauran proses tidak baik, 48,5% menyatakan bauran bukti fisik tidak baik. Hasil uji statistik diperoleh bahwa terdapat hubungan antara bauran produk ($p=0,002$), harga ($p=0,003$), promosi ($p=0,013$), orang ($p=0,000$), proses ($p=0,032$), bukti fisik ($p=0,006$) dengan loyalitas pasien rawat jalan. Tidak terdapat hubungan antara bauran tempat dengan loyalitas pasien ($p=0,198$) di Instansi Rawat Jalan.

Bauran produk, harga, promosi, orang, proses, dan bukti fisik masing-masing memiliki hubungan dengan loyalitas pasien rawat jalan. Disarankan rumah sakit dapat mengatur jadwal kehadiran dokter, menjaga harga layanan, mengoptimalkan area parkir, melakukan penyuluhan kesehatan di ruang tunggu, meningkatkan kemampuan berkomunikasi petugas dengan pelatihan, menerapkan sistem pengingat jadwal dokter dan meningkatkan fasilitas penunjang.

Daftar Pustaka : 41 (2005-2025)

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, instalasi rawat jalan, loyalitas, rumah sakit.

ALIFAH PADANG UNIVERSITY

Skripsi, July 2025

Intan Sari

The Relationship of Marketing Mix with the Loyalty of Outpatients at Bhayangkara Padang Hospital in 2025.

xiv + 84 pages, 20 tables, 2 figures, 13 attachments

ABSTRACT

Bhayangkara Padang Hospital experienced a decline in the number of outpatient visits in 2023. Patient loyalty is crucial for hospitals to improve service quality and patient satisfaction to compete with other hospitals. This study aims to determine the relationship between the Marketing Mix and Outpatient Loyalty at Bhayangkara Padang Hospital.

The research method was quantitative with a cross-sectional design. The study was conducted from May 5-12, 2025. The population was outpatients at Bhayangkara Padang Hospital, with a sample of 97 respondents. Data were collected using a questionnaire and interview techniques. Data were analyzed using univariate and bivariate analysis with the Chi-Square test.

The research results showed that 38.1% of patients were categorized as disloyal, 48.5% stated that the product mix was not good, 49.5% stated that the price mix was not good, 39.2% stated that the location mix was not good, 37.1% stated that the promotion mix was not good, 45.4% stated that the people mix was not good, 44.3% stated that the process mix was not good, 48.5% stated that the physical evidence mix was poor. Statistical analysis revealed a significant relationship between product mix ($p=0.001$), price ($p=0.001$), promotion ($p=0.007$), people ($p=0.000$), process ($p=0.018$), and physical evidence ($p=0.003$) with outpatient loyalty. There is no relationship between the location mix and patient loyalty ($p=0.133$) in the Outpatient Department.

Product mix, price, promotion, people, process, and physical evidence each have a relationship with outpatient loyalty. It is recommended that hospitals can manage doctor attendance schedules, maintain service prices, optimize parking areas, conduct health education in waiting rooms, improve staff communication skills through training, implement a doctor appointment reminder system, and improve supporting facilities.

Reading List : 41 (2005-2025)

Keywords : Marketing mix, outpatient installation, loyalty, hospital.