

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT
KUNJUNGAN ULANG RAWAT JALAN DI RUMAH SAKIT
UMUM NIRWANA KOTA BANJARBARU**

Skripsi

Diajukan guna memenuhi sebagian syarat
Untuk memperoleh derajat Sarjana Kesehatan Masyarakat
Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat

Oleh

Fitria Hidayati
2010912120001



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS KEDOKTERAN
PROGRAM STUDI KESEHATAN MASYARAKAT
BANJARBARU**

Juni, 2023

Skripsi

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT
KUNJUNGAN ULANG RAWAT JALAN DI RUMAH SAKIT UMUM
NIRWANA KOTA BANJARBARU**

Dipersiapkan dan disusun oleh

Fitria Hidayati

Telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal **12 Juni 2023**

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Fauzie Rahman, SKM., MPH

Anggota Dewan Penguji Lain

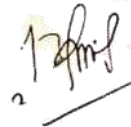


Nur Laily, SKM., M.Kes

Pembimbing Pendamping



Anggun Wulandari, SKM., M.Kes



Nita Pujianti, S.Farm., Apt., MPH

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Kesehatan Masyarakat



Laily Khairiyati, SKM, MPH

Koordinator Program Studi: **Kesehatan Masyarakat**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Banjarbaru, Juni 2023



Fitria Hidayati

ABSTRAK

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT KUNJUNGAN ULANG RAWAT JALAN DI RUMAH SAKIT UMUM NIRWANA KOTA BANJARBARU

Fitria Hidayati

Persaingan ketat di antara rumah sakit swasta menuntut pelayanan bermutu agar tetap menjadi pilihan masyarakat. Penelitian ini dilakukan di Rumah Sakit Umum Nirwana, salah satu rumah sakit swasta kelas D di Kota Banjarbaru, yang mengalami penurunan kunjungan pasien umum rawat jalan sebesar 25,68% pada tahun 2022. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan pasien agar dapat meningkatkan stabilitas finansial dan efektivitas pelayanan rumah sakit. Aspek pemasaran dalam bauran pemasaran (*product, price, place, dan promotion*) menjadi fokus penelitian ini. Desain penelitian menggunakan *cross sectional* dengan populasi adalah pasien rawat jalan dengan sampel berjumlah 82 responden, teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Pengambilan data menggunakan instrumen berupa kuesioner. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan uji t dan uji f. Hasil analisis statistik uji t menunjukkan *product* ($sig=0,035<0,05$), *price* ($sig=0,462>0,05$), *place* ($sig=0,028<0,05$), dan *promotion* ($sig=0,013<0,05$). Artinya terdapat pengaruh *product, place, promotion* terhadap minat kunjungan ulang, namun tidak terdapat pengaruh *price* terhadap minat kunjungan ulang. Kemudian berdasarkan uji f didapatkan ($sig=0,006<0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *product, price, place, dan promotion* secara simultan (bersama-sama) terhadap minat kunjungan ulang rawat jalan di RSUD Nirwana Banjarbaru dengan persentase sebesar 57%.

Kata kunci: Bauran pemasaran 4p, minat kunjungan ulang, rumah sakit swasta

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON INTEREST IN OUTPATIENT RETURN VISITS AT NIRWANA GENERAL HOSPITAL, BANJARBARU CITY

Fitria Hidayati

Strict service competition among private hospitals demands quality in order to remain the people's choice. This research was conducted at Nirwana General Hospital, one of the class D private hospitals in Banjarbaru City, which experienced a decrease in outpatient general patient visits by 25.68% in 2022. This study aims to explain the factors that influence patient visits so that can improve financial stability and effectiveness of hospital services. Marketing aspects in the marketing mix (product, price, place, and promotion) are the focus of this research. The research design used cross sectional with a population of outpatients with a sample of 82 respondents, the sampling technique used purposive sampling. Retrieval of data using an instrument in the form of a questionnaire. Data were analyzed using multiple linear regression analysis with the t test and f test. The results of the t test statistical analysis show product (sig=0.035<0.05), price (sig=0.462>0.05), place (sig=0.028<0.05), and promotion (sig=0.013<0.05) . This means that there is an effect of product, place, promotion on repeat visit intention, but there is no price effect on repeat visit intention. Then based on the obtained f test (sig = 0.006 <0.05). So it can be concluded that there is an influence of product, price, place, and promotion simultaneously (together) on the intention to revisit outpatient care at RSU Nirwana Banjarbaru with a proportion of 57%.

Keywords: *Marketing mix 4p, interest in repeat visits. private hospital*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT KUNJUNGAN ULANG RAWAT JALAN DI RUMAH SAKIT UMUM NIRWANA KOTA BANJARBARU”**, tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh derajat Sarjana Kesehatan Masyarakat di Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat Banjarbaru. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Kedokteran (Dr. dr. Istiana, M.Kes) yang telah memberi kesempatan dan fasilitas dalam pelaksanaan penelitian.
2. Ketua Program Studi Kesehatan Masyarakat (Laily Khairiyati, SKM., MPH) yang telah memberikan kesempatan dalam pelaksanaan penelitian.
3. Unit Pengelola Skripsi dan P2M (Anggun Wulandari, SKM., M.Kes) yang telah memberikan kesempatan dalam pelaksanaan penelitian
4. Dosen pembimbing utama Fauzie Rahman, SKM., MPH dan dosen pembimbing pendamping Anggun Wulandari, SKM., M.Kes yang telah memberikan masukan dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Kedua dewan penguji Nur Laily, SKM., M.Kes dan Nita Pujianti, S.Farm., Apt., MPH yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.

6. Pimpinan atau direktur Rumah Sakit Umum Nirwana Banjarbaru atas izin yang diberikan sehingga penelitian ini bisa dilaksanakan serta bantuan fasilitas terkait kelancaran kegiatan penelitian dilapangan.
7. Orang tua Ibunda tercinta Siti Bariah, kakak tersayang Farida Hayati dan Hinderi Hidayani, yang selalu memberi motivasi, semangat, dukungan, doa, masukan, dan bantuan finansial selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
8. Sahabat Eka Rabiah, teman-teman peminatan AKK (Naima, Hilda, Ratna, Diva, Minna, Aisha, Ilma, Mela, Salam, dan Sukma) yang selalu memberikan dukungan dan *support*, kemudian rekan mahasiswa Program Studi Kesehatan Masyarakat Angkatan 2020 yang membantu dan memberikan semangat serta doa dalam pembuatan skripsi ini, serta semua pihak atas sumbangan pikiran dan bantuan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi penulis berharap penelitian ini bermanfaat bagi dunia ilmu pengetahuan.

Banjarbaru, Juni 2023



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Keaslian Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Konsep Umum Rumah Sakit.....	11
B. Minat Kunjungan Ulang	13
C. Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Ulang	15
BAB III LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	

A. Landasan Teori	25
B. Hipotesis	27
BAB IV METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian	28
B. Populasi dan Sampel.....	28
C. Instrumen Penelitian	30
D. Variabel Penelitian	33
E. Definisi Operasional	33
F. Prosedur Penelitian	35
G. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	37
H. Cara Analisis Data.....	39
I. Tempat dan Waktu Penelitian	41
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Univariat	42
B. Analisis Bivariat	55
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Proporsi Sampel Penelitian Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Kunjungan Ulang Rawat Jalan di Rumah Sakit Umum Nirwana Kota Banjarbaru.....	29
4.2 Hasil Uji Validitas Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Kunjungan Ulang Rawat Jalan.....	31
4.3 Definisi Operasional Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Kunjungan Ulang Rawat Jalan di Rumah Sakit Umum Nirwana Kota Banjarbaru.....	33
5.1 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Menurut Usia, Jenis Kelamin, Pendidikan, Pekerjaan, Dan Pendapatan	42
5.2 Distribusi Frekuensi Minat Kunjungan Ulang Rawat Jalan Di Rumah Sakit Umum Nirwana	44
5.3 Distribusi Frekuensi <i>Product</i> (produk)	47
5.4 Distribusi Frekuensi <i>Price</i> (harga)	49
5.5 Distribusi Frekuensi <i>Place</i> (tempat).....	50
5.6 Distribusi Frekuensi <i>Promotion</i> (promosi)	52
5.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	54
5.8 Hasil Uji F (Simultan)	63
5.9 Hasil Koefisien Determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Kerangka Teori menurut Kotler dan Amstrong (2018).....	26
3.2 Kerangka Konsep Penelitian Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Kunjungan Ulang Rawat Jalan di Rumah Sakit Umum Nirwana Kota Banjarbaru.....	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Surat Izin Penelitian
2. Surat Izin Uji Validitas dan Reliabilitas di Rumah Sakit Permata Husada
3. Surat Keterangan Kelaikan Etik
4. Penjelasan Sebelum Persetujuan (PSP)
5. Lembar *Informed Consent*
6. Kuesioner Penelitian Sebelum Uji Validitas dan Reliabilitas
7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
8. Kuesioner Penelitian
9. Output Hasil Penelitian pada SPSS
10. Bukti Kuesioner Penelitian yang Telah Diisi
11. Dokumentasi Kegiatan