

ABSTRACT

There was an 8% decrease in the number of visits to the East Java Community Eye Hospital in 2024. The reuse of health services is essentially an interaction between service users and service providers. This interaction is a highly complex, multidimensional relationship influenced by many factors. This study aims to analyze the influence of the Marketing Mix (9P) on the reuse of outpatient services at the East Java Community Eye Hospital. The type of research used is quantitative, descriptive-analytical in nature, in the form of a survey with a cross-sectional approach to examine the simultaneous influence of independent and dependent variables. The research sample consists of outpatients who meet the criteria, with a total of 100 respondents, and the sample selection procedure uses purposive sampling. Data collection is conducted using Google Forms and direct questionnaire completion by the respondents. Data analysis was performed using multiple linear regression tests. The results of the study showed that all respondents were willing to reuse outpatient services at the East Java Community Eye Hospital. The results of the study showed that all marketing mixes (9P) were in the Goodcategory. The research results indicate that there is a simultaneous effect, leading to the conclusion that all elements of the marketing mix collectively have a significant impact on the reuse of outpatient services at the East Java Community Eye Hospital. This indicates that patients place greater emphasis on the core quality of services, affordability, the effectiveness of promotions, and the hospital's performance in delivering services.

Keywords: Marketing Mix (9P), reuse

ABSTRAK

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (9P) TERHADAP PEMANFAATAN ULANG PELAYANAN RAWAT JALAN DI RUMAH SAKIT MATA MASYARAKAT JAWA TIMUR

Terjadinya penurunan jumlah kunjungan pada Rumah Sakit Mata Masyarakat Jawa Timur sebesar 8% pada tahun 2024. Pemanfaatan ulang pelayanan kesehatan pada dasarnya interaksi antara pengguna jasa pelayanan dan penyedia jasa pelayanan. Interaksi ini merupakan suatu hubungan yang sangat kompleks yang bersifat *multi dimensional* serta dipengaruhi banyak faktor. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran (9p) terhadap pemanfaatan ulang pelayanan rawat jalan di Rumah Sakit Mata Masyarakat Jawa Timur. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif bersifat deskriptif analitik yang berbentuk survei dengan pendekatan *cross sectional* untuk melihat adanya pengaruh variabel independen dan variabel dependen secara bersamaan. Sampel penelitian terdiri atas pasien rawat jalan yang memenuhi kriteria dengan jumlah 100 responden dan prosedur pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan *google form* dan pengisian kuesioner secara langsung oleh responden. Analisis data dilakukan dengan Uji Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh responden berada dalam kategori bersedia untuk melakukan pemanfaatan ulang layanan rawat jalan di Rumah Sakit Mata Masyarakat Jawa Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh bauran pemasaran (9P) Berada pada kategori Baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh simultan sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh bauran pemasaran secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pemanfaatan ulang layanan rawat jalan di Rumah Sakit Mata Masyarakat Jawa Timur dan menunjukkan bahwa pasien lebih mempertimbangkan kualitas inti layanan, keterjangkauan biaya, efektivitas promosi serta kinerja rumah sakit dalam memberikan pelayanan

Kata Kunci: Bauran Pemasaran (9P), pemanfaatan ulang