

ABSTRACT

Market segmentation is the process of grouping diverse markets into segments with similar needs and behaviors, with the aim of meeting customer needs while increasing customer retention and loyalty. Based on data from outpatient visits to the Executive Outpatient Department of the Haji Provincial General Hospital in East Java in 2024, there was an increase and decrease in 2020 and 2021 during the COVID-19 pandemic. The objective of this study is to analyze the market segmentation of healthcare services in the Executive Outpatient Department of Haji General Hospital in East Java Province. The research method used a descriptive quantitative design with a cross-sectional survey and observational approach. The study sample consisted of executive outpatient patients, with sampling conducted using the Slovin formula in simple random sampling. Data analysis was conducted using univariate. The results of the study show that respondents were predominantly of productive adult age (26-45 years old) and female. The conclusion of this study is that segmentation at the Haji Provincial General Hospital in East Java is divided into four variables, namely demographic variables, geographic variables, psychographic variables, and behavioral variables. The conclusion of this study is that segmentation at the Haji Provincial General Hospital in East Java is divided into four variables: demographic variables, geographic variables, psychographic variables, and behavioral variables. This segmentation describes different characteristics, which can serve as a basis for the hospital in developing service and marketing strategies to enhance patient satisfaction and loyalty.

Keywords: market segmentation, executive outpatient care, healthcare services

ABSTRAK

KARAKTERISTIK PASIEN BERDASARKAN SEGMENTASI DEMOGRAFIS, GEOGRAFIS, PSIKOGRAFIS DAN PERILAKU PASIEN DI RAWAT JALAN EKSEKUTIF RSUD HAJI PROVINSI JAWA TIMUR

Segmentasi pasar merupakan posws mengelompokkan pasar yang beragam menjadi segmen dengan kebutuhan dan perilaku yang serupa, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sekaligus meningkatkan retensi dan loyalitas pelanggan. Dari data kunjungan rawat jalan eksekutif RSUD Haji tahun 2024, mengalami kenaikan dan penurunan pada tahun 2020 dan 2021 pada masa COVID-19. Tujuan penelitian ini adalah Karakteristik Pasien Berdasarkan Segmentasi Demografis, Geografis, Psikografis Dan Perilaku Pasien Di Rawat Jalan Eksekutif Rsud Haji Provinsi Jawa Timur. Metode penelitian ini menggunakan desain kuantitaif deskriptif dengan pendekatan survey dan observasional secara *Cross Sectional*. Sampel penelitian ini adalah pasien rawat jalan eksekutif, pengambilan sampel menggunakan rumus *Slovin* dalam *simple random sampling*. Analisis data menggunakan uji Univariat. Hasil penelitian menunjukkan bahwaresponden didominasi usia kelompok dewasa produktif (26-45 tahun), berjenis kelamin perempuan Kesimpulan penelitian ini adalah segmentasi di RSUD Haji Provinsi Jawa Timur terbagi menjadi empat variabel yaitu variabel demografi, variabel geografi, variabel psikografi, dan variabel perilaku. Segmentasi tersebut menggambarkan karakteristik yang berbeda, sehingga dapat menjadi dasar rumah sakit dalam menyusun strategi pelayanan dan pemasaran untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas pasien.

Kata kunci : segementasi pasar, rawat jalan eksekutif, pelayanan kesehatan