

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMILIHAN JASA POLIKLINIK RAWAT JALAN RUMAH SAKIT
ISLAM SURABAYA JEMURSARI
TAHUN 2019**

Ainnur Farida „Azmi

ABSTRACT

In 2016 - 2018 the number of visits to 6 poles including general surgery poly, echocardiography, eye poly, internal medicine, ENT poly, poly urology fluctuated from 11.23% to -5.23%. Fluctuations in the number of visits can be caused by several factors, one of which is consumer behavior in health service selection decisions. This study aims to determine the effect of the marketing mix on service selection decisions.

This research is an analytic survey research with cross sectional approach. The population in this study were patients in 6 outpatient clinics at Jemursari Islamic Hospital in Surabaya. The number of samples is taken by quota sampling within one month.

The results showed that the marketing mix at 6 Polis RSI Jemursari Surabaya with a good category of 77.5% resulted in high service selection decisions. The results of the ordinal regression test show a significance value of 0,000 which means that there is an influence of the marketing mix on the decision of choosing the Jemursari Hospital. Of the seven marketing mix elements that have the lowest influence on service selection decisions are the 47.1% price mix element, while the most influential marketing mix element is the human resource mix element with a percentage of 68.6%.

The conclusion in this study is the positive influence of the marketing mix on the decision to choose outpatient services at the Jemursari Hospital in 2019.

Keywords: Marketing Mix, Service Selection Decisions, RSI Jemursari

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMILIHAN JASA POLIKLINIK RAWAT JALAN RUMAH SAKIT
ISLAM SURABAYA JEMURSARI
TAHUN 2019**

Ainnur Farida „Azmi

ABSTRAK

Pada tahun 2016 – 2018 jumlah kunjungan pada 6 poli yang diantaranya poli bedah umum, poli echocardiography, poli mata, poli penyakit dalam, poli THT, poli urologi mengalami fluktuasi sebesar 11,23% sampai -5,23%. Fluktuasi jumlah kunjungan tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya perilaku konsumen dalam keputusan pemilihan jasa pelayanan kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pemilihan jasa.

Penelitian ini merupakan penelitian survei analitik dengan pendekatan cross sectional. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien pada 6 poli rawat jalan Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya. Pengambilan jumlah sampel dilakukan dengan quota sampling dalam kurun waktu satu bulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran pada 6 poli RSI Jemursari Surabaya dengan kategori baik sebesar 77,5% menghasilkan keputusan pemilihan jasa yang tinggi. Hasil uji regresi ordinal menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti adanya pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pemilihan jasa RSIS Jemursari. Dari ketujuh elemen bauran pemasaran yang memiliki pengaruh paling rendah terhadap keputusan pemilihan jasa adalah elemen bauran harga sebesar 47,1%, sedangkan elemen bauran pemasaran yang paling berpengaruh adalah elemen bauran sumber daya manusia dengan presentase sebesar 68,6%.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh positif bauran pemasaran terhadap keputusan pemilihan jasa Poliklinik Rawat Jalan RSIS Jemursari Tahun 2019.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Pemilihan Jasa, RSI Jemursari