

## **CORRELATION MARKETING MIX 8P AND UTILIZATION OF HOSPITAL SERVICES IN ISLAMIC HOSPITAL SURABAYA IN 2020**

*Ristya Rachmasari Purnomo*

### **ABSTRACT**

*Indicators of success in inpatient services are the achievement of an ideal BOR value that has been set, mix marketing as one of the factors in achieving an ideal BOR value. The research objective is to determine the correlation between mix marketing (marketing mix) 8P and the utilization of services in the Inpatient Installation in 2020. This type of research is a analytic study with a quantitative approach. The sample in this study was 53 inpatients and the sampling technique used was random sampling. Data analysis used kendall's correlation test.*

*The results show that there is a correlation between all mix marketing variables, namely the mix marketing products and service utilization (Pvalue = 0.045), there is a significant correlation between the mix marketing prices and service utilization (Pvalue = 0.003), there is a significant correlation between the mix marketing place and service utilization (Pvalue = 0.017), there is a significant correlation between mix marketing promotion and service utilization (Pvalue = 0.001), there is a significant correlation between mix marketing of human resources and service utilization (Pvalue = 0.004), there is a significant correlation significant between the mix marketing processes and service utilization (Pvalue = 0,000), there is a significant correlation between mix marketing physical evidence and service utilization (Pvalue = 0,000), there is a significant correlation between mix marketing productivity and quality and service utilization (Pvalue = 0,000). By the highest coefficient correlation on the mix marketing physical evidence shows that enough strong correlation. The correlation of mix marketing and the of inpatient services depends on the quality of the mix marketing elements provided to patients, the better quality provided, the higher utilization level of inpatient hospitalization service.*

*Keywords: Marketing mix, Bad Oppucancy Rate, Inpatient Service*

# HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) 8P DENGAN PEMANFAATAN PELAYANAN RAWAT INAP DI RUMAH SAKIT ISLAM SURABAYA TAHUN 2020

Ristya Rachmasari Purnomo

## ABSTRAK

Indikator keberhasilan pada pelayanan rawat inap yaitu pencapaian nilai BOR ideal yang telah ditetapkan, bauran pemasaran sebagai salah satu faktor dalam pencapaian nilai BOR yang ideal. Tujuan penelitian untuk mengetahui hubungan bauran pemasaran (*marketing mix*) 8P dengan pemanfaatan pelayanan di Instalasi Rawat Inap Tahun 2020. Jenis penelitian ini merupakan penelitian analitik dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap sebanyak 53 orang dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling*. Analisis data menggunakan uji korelasi *kendall's tau*.

Hasil menunjukkan bahwa ada hubungan antara seluruh variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu bauran pemasaran produk dengan pemanfaatan pelayanan (Pvalue = 0,045), adanya hubungan yang signifikan antara bauran pemasaran harga dengan pemanfaatan pelayanan (Pvalue = 0,003), adanya hubungan yang signifikan antara bauran pemasaran tempat dengan pemanfaatan pelayanan (Pvalue = 0,017), adanya hubungan yang signifikan antara bauran pemasaran promosi dengan pemanfaatan pelayanan (Pvalue = 0,001), adanya hubungan yang signifikan antara bauran pemasaran sumber daya manusia dengan pemanfaatan pelayanan (Pvalue = 0,004), adanya hubungan yang signifikan antara bauran pemasaran proses dengan pemanfaatan pelayanan (Pvalue = 0,000), adanya hubungan yang signifikan antara bauran pemasaran bukti fisik dengan pemanfaatan pelayanan (Pvalue = 0,000), adanya hubungan yang signifikan antara bauran pemasaran produktivitas dan kualitas dengan pemanfaatan pelayanan (Pvalue = 0,000). Dengan koefisien korelasi tertinggi pada bauran pemasaran bukti fisik menunjukkan hubungan yang cukup kuat. Hubungan bauran pemasaran dengan pemanfaatan pelayanan rawat inap bergantung pada kualitas dari unsur-unsur bauran pemasaran yang diberikan kepada pasien, semakin baik kualitas yang diberikan maka semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan pelayanan rawat inap.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, BOR, Pemanfaatan Pelayanan