

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh bauran pemasaran dan kualitas layanan terhadap kepuasan serta loyalitas pasien di RSUD dr. Soebandi, rumah sakit milik pemerintah di Kabupaten Jember. Menggunakan desain penelitian kuantitatif, penelitian ini melibatkan 200 pasien rawat inap yang dipilih melalui teknik pengambilan sampel acak bertingkat untuk memastikan representasi dari berbagai kelas perawatan. Data dikumpulkan melalui survei yang mengukur persepsi terhadap elemen-elemen bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik) serta kualitas layanan (keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik). Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran dan kualitas layanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pasien, dengan kepuasan pasien berperan sebagai mediator yang menghubungkan pengaruh bauran pemasaran dan kualitas layanan terhadap loyalitas pasien. Temuan ini menyoroti pentingnya peningkatan kualitas layanan dan penerapan bauran pemasaran yang strategis untuk membangun loyalitas pasien jangka panjang, memberikan wawasan berharga bagi manajemen rumah sakit dalam menghadapi persaingan di sektor perawatan kesehatan.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Kualitas Layanan, Kepuasan Pasien, Loyalitas Pasien, Manajemen Rumah Sakit.

ABSTRACT

This study examines the impact of marketing mix and service quality on patient satisfaction and loyalty at RSUD dr. Soebandi, a government-managed hospital in Jember Regency. Using a quantitative research design, this study involved a sample of 200 inpatient patients, selected through stratified random sampling to ensure representation across different care classes. Data were collected through surveys measuring perceptions of the elements of the marketing mix (product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence) and service quality (reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible evidence). The results show that the marketing mix and service quality have a significant positive impact on patient satisfaction and loyalty, with patient satisfaction acting as a mediator connecting the effects of the marketing mix and service quality on patient loyalty. The findings highlight the importance of improving service quality and strategically implementing the marketing mix to build long-term patient loyalty, providing valuable insights for hospital management in the competitive healthcare environment.

Keywords: Marketing Mix, Service Quality, Patient Satisfaction, Patient Loyalty, Hospital Management.