

ABSTRAK

Tiffany (01616210029)

EFEK DARI *SERVICE MARKETING MIX* (7Ps) TERHADAP *PATIENT LOYALTY* DENGAN MEDIASI *PATIENT SATISFACTION* DI RS XYZ

(xv + 191 Halaman + 13 Gambar + 35 Tabel + 2 Lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari 7Ps *service marketing mix* (*product, place, promotion, people, process, price and physical environment*) terhadap tingkat kepuasan pasien dan efeknya terhadap loyalitas pasien. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *purposive sampling*. Penelitian melibatkan 243 responden dengan kriteria tertentu pada bulan Agustus - Oktober 2024. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner buatan peneliti yang merupakan hasil modifikasi penelitian terdahulu dengan jumlah 52 pertanyaan dengan skala likert 1-5. Data dianalisis dengan metode PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *promotion, process*, serta *physical environment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pasien. Dengan pengaruh terbesar ditemukan pada *physical environment* ($b=0,328$) diikuti oleh *promotion* ($b=0,250$). selanjutnya, ditemukan bahwa kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien di RS XYZ, dengan pasien yang merasa puas cenderung akan menggunakan layanan kembali dan juga merekomendasikannya kepada orang lain.

Referensi: 44 (1942 - 2024)

Kata Kunci: *service marketing mix*, kepuasan pasien, loyalitas pasien, rumah sakit.

ABSTRACT

Tiffany (01616210029)

EFFECT OF 7Ps OF SERVICE MARKETING MIX TOWARDS PATIENT LOYALTY MEDIATED BY PATIENT SATISFACTION AT XYZ HOSPITAL

(xv + 191 Halaman + 13 Gambar + 35 Tabel + 2 Lampiran)

The purpose of this study is to analyze the effect of 7Ps of service marketing mix (product, place, promotion, people, process, price and physical environment) on patient satisfaction and their impact towards patient loyalty. This study used a quantitative survey approach with purposive sampling method. This study involved 243 respondents with certain criteria on August - October 2024. Data were collected through researcher-made questionnaire modified from previous studies containing 52 questions using a 1-5 Likert scale.

Data then were analyzed using the Partial Least Square – Structural Equation Model approach. The results indicate that promotion, process and physical environment have a positive and significant influence on patient satisfaction. The strongest influence was found from physical environment ($b=0,328$) followed by promotion ($b=0,250$). Furthermore, patient satisfaction was found to have a positive and significant influence towards patient loyalty in XYZ Hospital, with satisfied patients tend to return for services and recommending them to relatives.

References: 44 (1942 - 2024)

Keywords: service marketing mix, patient satisfaction, patient loyalty, hospital.