

Abstract

Prima Pravitasari

THE RELATION BETWEEN MARKETING MIX WITH THE PATIENTS' WILLINGNESS TO RE-USE THE FACILITY OF IN PATIENT SERVICE IN PUSKESMAS TLOGOSARI KULON SEMARANG 2008

Xvi + 67 pages + 21 tables + 4 pictures + 4 files

Puskesmas Tlogosari Kulon is one of the puskesmas which posses in patient service. In the 2007, the patients' visit number was increase, but in june 2007, the visitors was decrease. It might due to of the minimum advertisement of in patient service facility of the puskesmas. In the other hand, the people is wishing to use the in patient service facility of the Puskesmas Tlogosari Kulon because its affordable price. The wish of the patients for using the in patient service facility was influenced by 4P (means; product, price, place, and promotion). The purpose of this research is to know the factors which related to the patients' willingness to re-use the in patiens service facility in Puskesmas Tlogosari Kulon Semarang 2008.

The research is using survey method, where the data is been taken by using questionnaire, its also using cross sectional approach. This research is classified as analytic explanatory research that using Rank Spearman test. Besides, The samples which taken is the ordinary patients Which consist of 40 people. The observation use the accidental sampling method.

The result is; there is a relation between product (rho value as = 0,412), price (rho value as = 0,402), place (rho value as = 0,418), and promotion (rho value as = 0,419) with the patients' willingness to re use the facilty of in patients service. But in the other hand, 30 % of respondents stated that the bed is not enough comfortable, 25% of respondents said that the cost is value more than the service's given, 25% of respondents claimed that the location of the puskesmas is not near, 52,5% of respondents stated that puskesmas is not performing free healing, 47,5% of respondents said that puskesmas is not advertising their living care service facility via brochure or others media.

The recommendation from this research is the Puskesmas should provide more comfortable bed,. equal between price and service quality. Puskesmas is expected to advertise their in patient service facility through brochure or others media, or at least performing free healing program in Tlogosari Kulon, and also performing mobile puskemas to reach the outreach territory.

Keyword : marketing mix, patient's willingness to re use the in patient service

Reference : 20 books, 1991-2004

Abstrak

Prima Pravitasari

HUBUNGAN BAURAN PEMASARAAN DENGAN KEINGINAN PASIEN UNTUK KEMBALI MEMANFAATKAN PELAYANAN RAWAT INAP DI PUSKESMAS TLOGOSARI KULON SEMARANG TAHUN 2008.

xvi + 67 hal + 21 tabel + 4 gambar + 4 lampiran

Puskesmas Tlogosari Kulon adalah salah satu puskesmas yang mempunyai pelayanan rawat inap. Pada tahun 2007 jumlah kunjungan pasien rawat inap meningkat, tetapi bulan Juni tahun 2007 mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan puskesmas tidak pernah mempromosikan pelayanan rawat inapnya melalui brosur maupun reklame, selain itu keinginan pasien untuk kembali dikarenakan biaya rawat inap di puskesmas Tlogosari Kulon terjangkau dan sudah sesuai dengan keadaan masyarakat sekitarnya keinginan pasien untuk kembali memanfaatkan rawat inap dipengaruhi oleh 4P yaitu *Product*, *Price*, *Place* dan *Promotion*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang berhubungan dengan keinginan pasien untuk kembali memanfaatkan rawat inap di puskesmas Tlogosari Kulon Semarang tahun 2008.

Metode yang digunakan adalah survei dimana pengambilan datanya menggunakan kuesioner dan pendekatan yang digunakan adalah *cross sectional*. Jenis penelitiannya analitik *explanatory research*, dengan menggunakan uji *Rank Spearman*. Sampelnya adalah pasien umum yang dirawat inap sejumlah 40 pasien. Teknik pengambilan sample menggunakan *Accidental Sampling*.

Hasil uji statistik menunjukkan ada hubungan antara *Product* ($Rho = 0,412$), *Price* ($Rho = 0,402$), *Place* ($Rho = 0,418$) dan *Promotion* ($Rho = 0,419$) dengan keinginan pasien untuk kembali memanfaatkan pelayanan rawat inap. Tetapi 30 % responden menilai tempat tidur tidak cukup nyaman, 25 % responden menilai biaya yang dikeluarkan tidak sesuai dengan kualitas pelayanan, 25 % responden menilai jarak Puskesmas dengan tempat tinggal tidak dekat, 52,5 % responden menilai Puskesmas tidak mengadakan pengobatan gratis, 47,5 % responden menilai Puskesmas tidak mempromosikan rawat inap lewat reklame maupun brosur.

Saran penelitian ini adalah Puskesmas menyediakan tempat tidur pasien yang lebih nyaman lagi. Diharapkan dengan biaya yang sudah dikeluarkan oleh pasien Puskesmas tetap harus memperhatikan kualitas pelayanannya. Puskesmas diharapkan mempromosikan rawat inapnya baik melalui reklame maupun brosur dan mengadakan pengobatan gratis di wilayah kerjanya. Puskesmas harus mengadakan Pusling (Puskesmas Keliling) untuk daerah yang jauh atau kurang terjangkau.

Kata kunci : bauran pemasaran, keinginan untuk kembali memanfaatkan rawat inap

Kepustakaan : 20 buah, 1991 – 2004