

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN BRAND IMAGE PELAYANAN
KESEHATAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN
DI RUMAH SAKIT YADIKA KEBAYORAN LAMA**



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen

EFIANA HELFRIDA LUBIS

221100020

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN RUMAH SAKIT

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA 2025

**ANALYSIS OF MARKETING MIX AND BRAND IMAGE OF HEALTH
SERVICES IN EFFORTS TO INCREASE VISITING INTEREST AT
YADIKA KEBAYORAN LAMA HOSPITAL**



Submitted in fulfillment of one of the requirements for the Master of Management degree

EFIANA HELFRIDA LUBIS

221100020

**MASTER OF HOSPITAL MANAGEMENT STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY
JAKARTA 2025**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Efiana Helfrida Lubis

NIM : 221100020

Program Studi : Magister Manajemen

Menyatakan bahwa tesis ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruh isi tesis ini menjadi tanggung jawab saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan tesis ini apabila melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.



usni
UNIVERSITAS SATYA
NEGARA INDONESIA

Jakarta, 19 Februari 2025



Efiana Helfrida Lubis

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama : Efiana Helfrida Lubis
NIM : 221100020
Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Analisis Bauran Pemasaran Dan *Brand Image* Pelayanan Kesehatan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Kunjungan Di Rumah Sakit Yadika Kebayoran Lama
Tanggal Ujian : 18 Februari 2025

Jakarta, 19 Februari 2025

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Rustono Farady Marta, S.Sos., M.Med.Kom

Dr. Meifida Ilyas, SE., M.Si., Ak., CA., CSRS., CSRA

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi

Dr. Drs. Dharmawan P. Hadad, M.M.

Dr. Noviarti, S.E., M.M.

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN TESIS

Nama : Efiana Helfrida Lubis
NIM : 221100020
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Analisis Bauran Pemasaran Dan *Brand Image* Pelayanan Kesehatan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Kunjungan Di Rumah Sakit Yadika Kebayoran Lama
Tanggal Ujian : 18 Februari 2025

Tesis tersebut telah diperbaiki sesuai saran dan komentar Tim Penguji sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Satya Negara Indonesia.

Jakarta, 19 Februari 2025

Ketua Penguji

Dr. Noviarti, S.E., M.M.

Penguji I

Penguji II

Dr. Rustono Farady Marta, S.Sos., M.Med.Kom Dr. Meifida Ilyas, SE, M.Si., Ak., CA., CSRS., CSRA

DOSEN PEMBIMBING I : Dr. Rustono Farady Marta, S.Sos., M.Med.Kom
DOSEN PEMBIMBING II : Dr. Meifida Ilyas, SE., M.Si., Ak., CA., CSRS., CSRA

ABSTRAK

EFIANA HELFRIDA LUBIS. **Analisis Bauran Pemasaran dan *Brand Image* Pelayanan Kesehatan dalam Upaya Meningkatkan Minat Kunjungan di Rumah Sakit Yadika Kebayoran Lama** (dibimbing oleh Rustono Farady Marta dan Meifida Ilyas)

Latar Belakang. Persaingan di industri layanan kesehatan semakin ketat, menuntut rumah sakit untuk mengadopsi strategi pemasaran yang efektif guna meningkatkan minat kunjungan dan loyalitas pasien. Rumah Sakit Yadika Kebayoran Lama (RSYKL) mengalami fluktuasi jumlah kunjungan pasien, meskipun telah menyediakan layanan medis yang kompetitif. Faktor bauran pemasaran (7P) yang terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence* sebagaimana dikemukakan dalam konsep Kotler, serta *Brand Image* yang merujuk pada teori dari Aaker, diduga memainkan peran penting dalam menarik minat kunjungan pasien untuk memilih pelayanan kesehatan. **Tujuan.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran (7P) dan *brand image* terhadap minat kunjungan pasien di RSYKL. **Metode.** Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 71 pasien RSYKL menggunakan teknik *total sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. **Hasil.** Penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran dan *brand image* secara simultan berpengaruh terhadap minat kunjungan pasien. Secara parsial, variabel *Product, Price, Place, People, dan Physical Evidence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjungan pasien, sementara variabel *Promotion, Process, dan Brand Image* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, *Brand Image*, Minat Kunjungan Pasien, Pelayanan Kesehatan, Rumah Sakit.

ADVISOR I : Dr. Rustono Farady Marta, S.Sos., M.Med.Kom
ADVISOR II : Dr. Meifida Ilyas, SE., M.Si., Ak., CA., CSRS., CSRA

ABSTRACT

EFIANA HELFRIDA LUBIS. *Analysis Of Marketing Mix And Brand Image of Health Services in Efforts to Increase Visiting Interest at Yadika Kebayoran Lama Hospital* (Supervised by Rustono Farady Marta and Meifida Ilyas)

Background. Competition in the healthcare industry is becoming increasingly intense, requiring hospitals to adopt effective marketing strategies to enhance patient visit interest and loyalty. Yadika Kebayoran Lama Hospital (RSYKL) has experienced fluctuations in patient visits despite offering competitive medical services. The marketing mix factors (7P), consisting of Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence, as outlined in Kotler's concept, along with Brand Image, which refers to Aaker's theory, is suspected to play a crucial role in attracting patient visits to healthcare services. **Objective.** This study aims to analyze the influence of the marketing mix (7P) and brand image on patient visit interest at RSYKL. **Method.** This research employs a quantitative approach using a survey method involving 71 RSYKL patients, selected through a total sampling technique. Data were collected using a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The analytical technique used is multiple linear regression, assisted by SPSS version 25 software. **Results.** The study's findings indicate that the marketing mix and brand image simultaneously influence patient visit interest. Partially, the variables Product, Price, Place, People, and Physical Evidence significantly affect patient visit interest, whereas the variables Promotion, Process, and Brand Image do not show a significant influence.

Keywords: Marketing Mix, Brand Image, Patient Visit Interest, Healthcare Services, Hospital.