

**EVALUASI STRATEGI PEMASARAN
RUMAH SAKIT PKU MUHAMMADIYAH BANTUL**

TESIS

**Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Strata 2 Program Studi Manajemen Rumah Sakit**



Disusun oleh

DEFFI ASHARINI

201210210059

**PROGRAM PASCA SARJANA MANAJEMEN RUMAH SAKIT
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2015

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini bukan merupakan hasil plagiat karya orang lain, melainkan karya saya sendiri dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya dan apabila di kemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini milik orang lain, dan dibenarkan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia.

Yogyakarta, April 2015

Yang Membuat Pernyataan,

DEFFI ASHARINI

201210210059

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Pelajarilah oleh kamu ilmu sebab mempelajari ilmu memberikan rasa takut kepada Allah, menuntutnya merupakan ibadah, mengulang adalah tasbih, perubahannya merupakan jihat, mengajarkannya kepada orang yang belum mengetahuinya merupakan sedekah, dan menyerahkan kepada ahlinya merupakan pendekatan diri kepada Allah SWT “

(HR. Ibnu Abdil Ba'an)

Kupersembahkan untuk :

Bapak, dan Ibu tersayang

Suami tercinta Agus Tri Prakoso

Mutiara hatiku Ekadana Adhyaksa Candra Prakoso

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Maha Perkasa, Maha Mulia lagi Maha Penyayang Dzat Yang merubah malam menjadi siang, sebagai peringatan bagi orang – orang yang berpikir juga bagi mereka yang mengambil pelajaran.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul “Evaluasi Strategi Pemasaran RSUD Muhammadiyah Bantul”. Penyusunan tesis ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat sarjana S-2 pada Program Studi Manajemen Rumah Sakit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada Penyusunan tesis ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, dukungan, dan dorongan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. dr. Erwin Santosa, Sp. A., M.Kes selaku Kepala Program Studi Manajemen Rumah Sakit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Dr. Siti Dyah Handayani, M.M selaku pembimbing tesis yang telah memberikan kesempatan dan waktunya untuk membimbing penulis sejak awal hingga terselesainya penulisan tesis ini.
3. Pihak Pengajar MMR UMY yang telah membantu memberikan informasi yang menunjang penulisan tesis ini.
4. Pihak RSUD Muhammadiyah Bantul yang telah memberikan ijin dan kemudahan dalam melakukan penelitian ini.
5. Rekan – rekan Angkatan VIII Program Studi Manajemen Rumah Sakit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk kebersamaan dan bantuan dari awal kuliah hingga akhir.

Semoga tesis ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, April 2015

Deffi Asharini

Daftar Isi

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Halaman Motto dan Persembahan.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Gambar.....	x
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Intisari.....	xiii
<i>Abstract</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8

A. Telaah Pustaka.....	8
1. Pengertian Rumah Sakit.....	8
2. Pengertian Pemasaran.....	9
3. Kesetiaan Pelanggan.....	10
4. Strategi Pemasaran.....	16
5. Bauran Pemasaran.....	20
6. Evaluasi Strategi Pemasaran.....	24
7. Pemasaran Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit.....	28
8. Hasil Penelitian Terdahulu.....	32
B. Landasan Teori.....	35
C. Kerangka Konsep.....	38
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 39
A. Jenis dan rancangan penelitian	39
B. Subyek Penelitian.....	39
C. Jenis dan cara pengumpulan data.....	40
1. JenisData.....	40
2. Cara Pengumpulan Data.....	40
D. Jumlah sempel dan cara pengambilan sampel data kuantitatif.....	41
1. Jumlah sempel.....	41
2. Cara Pengambilan Sampel.....	42
E. Variabel Penelitian.....	43
F. Definisi Operasional Variabel.....	43
G. Instrumen Penelitian.....	47
H. Uji Validitas dan Reabilitas.....	48
1. Uji Validitas.....	49
2. Uji Reliabilitas.....	49
I. Metode Analisis Data.....	49
1. Analisis Data Kuantitatif.....	49

2. Analisis Data Kualitatif.....	50
J. Jalannya Penelitian.....	51
K. Etika Penelitian.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Hasil Penelitian	54
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	54
2. Karakteristik Subyek Penelitian Data Kuantitatif.....	56
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data Kuantitatif.....	61
a. Hasil Uji Validitas.....	61
b. Hasil Uji Reliabilitas	63
4. Analisis Deskriptif Data Kuantitatif.....	64
5. Hasil Analisis Kualitatif.....	72
B. Pembahasan	80
1. Strategi Pemasaran RSUD Muhammadiyah Bantul.....	80
2. Penilaian Responden terhadap Bauran Pemasaran RSUD Muhammadiyah Bantul.....	90
3. Evaluasi Strategi Pemasaran RSUD Muhammadiyah Bantul.....	97
4. Rekomendasi Strategi Pemasaran RSUD Muhammadiyah Bantul berdasarkan Hasil Penelitian.....	99
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	105
B. Saran	109
C. Keterbatasan Penelitian.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN	113

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Jumlah Kunjungan Pasien th 2009-2012.....	3
Gambar 2.1 Empat Perspektif <i>Balanced Score Card</i>	26
Gambar 2.2 Kerangka Konsep Penelitian.....	38
Gambar 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Usia Pasien di RSU PKU Muhammadiyah Bantul tahun 2014.....	57
Gambar 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pasien di RSU PKU Muhammadiyah Bantul Tahun 2014.....	58
Gambar 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Pasien di RSU PKU Muhammadiyah Bantul tahun 2014.....	58
Gambar 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Responden di RSU PKU Muhammadiyah Bantul tahun 2014.....	59
Gambar 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Jaerah Asal Pasien di RSU PKU Muhammadiyah Bantul tahun 2014.....	60
Gambar 4.6 <i>Strategy Map</i> RS PKU Muhammadiyah Bantul Tahun 2014.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Statistik RSU PKU Muhammadiyah Bantul.....	3
Tabel 1.2 Pencapaian <i>BOR (Bed Occupation Ratio)</i> /bulan RSU PKU Muhammadiyah Bantul	4
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.	33
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	62
Tabel 4.2 Nilai Alpha Crambach pada Tiap Variabel Instrument Penelitian.....	63
Tabel 4.3 Nilai Mean dan Standar Deviasi Analisis Deskriptif Data Kuantitatif.....	64
Tabel 4.4 Parameter Penelitian Analisis Deskriptif Data Kuantitatif.....	65
Tabel 4.5 Gambaran Persepsi Responden Terhadap Bauran Pemasaran di RSU PKU Muhammadiyah Bantul.....	66
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Item Pertanyaan Variabel <i>Product</i>	68
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Item Pertanyaan Variabel <i>Price</i>	68
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Item Pertanyaan Variabel <i>Place</i>	69
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Item Pertanyaan Variabel <i>Promotion</i>	69
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Item Pertanyaan Variabel <i>People</i>	70
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Item Pertanyaan Variabel <i>Physical Evidence</i>	70
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Item Pertanyaan Variabel <i>Proses</i>	71
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Item Pertanyaan Variabel <i>Customer Service</i>	71
Tabel 4.14 Nilai Rata – Rata Analisis Deskriptif Item Pertanyaan Variabel Penelitian.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman	
Lampiran 1	Instrumen Penelitian.....115
Lampiran 2	Uji Validitas Instrumen Penelitian.....124
Lampiran 3	Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....132
Lampiran 4	Analisis Deskriptif Data Kuantitatif.....138
Lampiran 5	Analisis Deskriptif Item Pertanyaan Variabel Penelitian.....139
Lampiran 6	Surat Pernyataan Presentasi Tesis.....144