

ABSTRAKSI

Vitradebie Noekent. 2009. *Analisis Pengaruh Startegi Pemasaran Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Empiris Pada Rumah Sakit Umum Daerah Ungaran Kab. Semarang).* Skripsi . Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Pelayanan Jasa, Differensiasi Kompetitif, Kualitas Jasa, Produktivitas Jasa, dan Kepuasan Konsumen.

Persaingan bisnis di bidang kesehatan terjadi pada seluruh pelayanan, termasuk rumah sakit. RSUD di Indonesia pada pelaksanaannya harus berorientasi ganda, yaitu berorientasi pada kebutuhan masyarakat dan sekaligus menjadi organisasi yang berorientasi bisnis. Dalam menghadapi perubahan lingkungan, RSUD perlu melakukan perubahan-perubahan mendasar yang mengacu pada aspek internal program yang meliputi manajemen umum, proses pelayanan klinik, pengembangan SDM, pemasaran, customer service, manajemen keuangan, serta pelatihan dan pengembangan. Untuk itu perlu dilakukan penelitian tentang kepuasan pasien sebagai konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhinya sehingga dapat dipakai sebagai bahan masukan untuk penyusunan strategi pemasaran pelayanan RSUD Ungaran khususnya dan RSUD lain pada umumnya. Secara garis besar strategi pemasaran pelayanan jasa yang pokok berkaitan dengan tiga hal, yaitu melakukan differensiasi kompetitif; kualitas jasa; mengelola produktivitas jasa.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pasien rawat inap RSUD Ungaran dari bulan September sampai dengan November. Sampel penelitian yang digunakan adalah *statified random sampling*. Untuk menentukan ukuran sampel digunakan rumus slovin, diperoleh 99 responden. Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi : differensiasi kompetitif, kulaitas jasa, produktivitas jasa. Sedangkan variabel terikatnya adalah, kepuasan konsumen. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode angket dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Ada pengaruh differensiasi kompetitif terhadap keputusan pembelian secara signifikan, hal ini dibuktikan dari data olahan bahwa t_{hitung} differensiasi kompetitif 2,258 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Jadi dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh mengelola differensiasi kompetitif terhadap kepuasan konsumen secara signifikan dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini “diterima”.

Ada pengaruh mengelola kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen secara signifikan, hal ini dapat dibuktikan dari data olahan bahwa t_{hitung} mengelola kualitas jasa 4,314 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Jadi dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh mengelola kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen secara signifikan dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini “diterima”.

Ada pengaruh mengelola produktivitas jasa terhadap kepuasan konsumen secara signifikan, hal ini dapat dibuktikan dari data olahan bahwa t_{hitung} mengelola produktivitas jasa 2,605 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$. Jadi dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh mengelola produktivitas jasa terhadap kepuasan konsumen secara signifikan dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini “diterima”.

Ada pengaruh differensiasi kompetitif, mengelola kualitas jasa, dan produktivitas jasa terhadap kepuasan konsumen secara signifikan, hal ini dapat dibuktikan F_{hitung} sebesar 27,975 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Jadi dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh differensiasi kompetitif, mengelola kualitas

jasa, dan produktivitas jasa terhadap kepuasan konsumen secara signifikan dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini “diterima”.