

## INTI SARI

**CHAIRUL, 2014, PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PASIEN DI RS NIRMALA SURI SUKOHARJO, TESIS, FAKULTAS FARMASI, UNIVERSITAS SETIA BUDI, SURAKARTA.**

Sebuah rumah sakit perlu untuk mendesain program pemasaran yang baik agar produk atau jasa dapat sampai pada konsumen dan memotivasi konsumen untuk menggunakannya. Alat yang digunakan adalah bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, fisik dan proses. Kepuasan terhadap kualitas pelayanan mendorong timbulnya loyalitas terhadap rumah sakit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas, pengaruh kepuasan terhadap loyalitas serta pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel mediasi di rumah sakit Nirmala Suri Sukoharjo.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif analitik. Cara pengumpulan data dilakukan dengan pemberian kuesioner kepada pasien dengan kriteria pasien yang telah pernah berobat di rumah sakit. Dari penelitian yang dilakukan, dapat diketahui jawaban-jawaban tiap responden terhadap item pertanyaan yang ditanyakan, Selanjutnya dilakukan analisis. Pengolahan data hasil penelitian dilakukan dengan metode analisis jalur.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran yang berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas adalah produk, harga, fisik, orang dan proses, sedangkan yang tidak berpengaruh adalah tempat dan promosi. Hasil penelitian juga membuktikan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas serta kepuasan memediasi pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pasien.

---

*Kata kunci : Bauran pemasaran, kepuasan, loyalitas, RS Nirmala Suri Sukoharjo*

## **ABSTRACT**

**CHAIRUL, 2014, EFFECT OF MARKETING MIX AGAINST LOYALTY WITH SATISFACTION AS VARIABLE MEDIATION IN PATIENTS RS NIRMALA SURI SUKOHARJO, THESIS, FACULTY OF PHARMACY, SETIA BUDI UNIVERSITY, SURAKARTA.**

A hospital needs to design a good marketing program for a product or service can be up to consumers and motivate consumers to use. The instrument used is a combination of marketing mix is product, price, place, promotion, people, physical and process. The satisfy of quality of service tends to sense of loyalty to the hospital. The study intend to determine the effect of the marketing mix on satisfaction and loyalty, the effect of satisfaction on loyalty and how the marketing mix to influence loyalty with satisfaction as a mediating variable in the hospital Nirmala Suri Sukuharjo.

This research is a descriptive analytic study. Method of data collection is done by administering a questionnaire to patients with criteria for patients who have been treated at the hospital. From the research conducted, it can be seen each respondent answers the question asked to the item, then do the analysis. Data processing results of the research carried out by the method of path analysis.

The results of this study concluded that the marketing mix that influence satisfaction and loyalty are product, price, physical, people and proces, while no effect was place and pomtion. The results also prove that the effect of satisfaction on loyalty and satisfaction mediates the effect of marketing mix on patient loyalty.

---

*Keywords : Marketing mix, satisfaction, loyalty, Nirmala Suri Sukoharjo hospital*