

ABSTRAK

Christofher Tarigan, Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi dan Proses Terhadap Keputusan Pasien Rawat Inap Memilih Layanan Non-BPJS di Rumah Sakit Murni Teguh Medan

Produk, harga, tempat, promosi dan proses merupakan bagian dari bauran pemasaran jasa yang penting bagi setiap perusahaan jasa untuk menganalisa kebutuhan konsumen sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen hingga mencapai kepuasan. Bagian dari bauran pemasaran jasa ini erat kaitannya mulai dari proses produksi hingga pemasaran.

Penelitian ini dilakukan pada Rumah Sakit Murni Teguh Medan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, tempat, promosi dan proses terhadap keputusan pasien rawat inap memilih layanan non-BPJS di Rumah Sakit Murni Teguh Medan.

Teknik untuk mengumpulkan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel dengan kriteria tertentu. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga, tempat, promosi dan proses memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pasien rawat inap memilih layanan non-BPJS di Rumah Sakit Murni Teguh Medan dengan nilai F hitung $> F$ tabel ($9,504 > 2,31$). Secara parsial, variabel produk dan proses memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pasien dengan nilai t hitung $> t$ tabel yakni produk ($4,146 > 1,98$) dan proses ($3,495 > 1,98$). Sedangkan variabel harga, tempat dan promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pasien karena memiliki nilai t hitung $< t$ tabel yakni harga ($1,049 < 1,98$), tempat ($-0,308 < 1,98$) dan promosi ($-0,613 < 1,98$).

**Kata Kunci : Produk, Harga, Tempat, Promosi, Proses, Bauran Pemasaran
Jasa, Keputusan Pasien**

ABSTRACT

***Christofher Tarigan, International Marketing Management Studies Program,
The Influence of Product, Price, Place, Promotion and Process on Inpatient
Decision to Choose Non-BPJS Service at Teguh Hospital Medan***

Products, prices, places, promotions and processes are part of the service marketing mix that is important for every service company to analyze consumer needs so as to influence consumer purchasing decisions to achieve satisfaction. Part of the service marketing mix is closely related from the production process to marketing.

This research was conducted at Teguh Hospital Medan with the aim to know the influence of product, price, place, promotion and process to the decision of inpatient to choose non-BPJS service at Teguh Hospital Medan.

Technique to collect sample in this research is to use purposive sampling method, that is sample selection with certain criterion. The data analysis used is multiple linear regression analysis using SPSS version 23 program.

The results showed that the product, price, place, promotion and process had significant influence on the inpatient's patient choosing non-BPJS service at Murni Teguh Hospital Medan with F count $>$ F table ($9,504 > 2,31$). Partially, product and process variable have influence significantly to patient decision with t count $>$ t table, there are product ($4,146 > 1,98$) and process ($3,495 > 1,98$). While the variable price, place and promotion did not significantly influence the decision of the patient because it has a value of t count $<$ t table, there are price ($1.049 < 1.98$), place ($-0.308 < 1.98$) and promotion ($-0.613 < 1.98$).

Keywords: Product, Price, Place, Promotion, Process, Service Marketing Mix, Patient Decision