

**RELATIONSHIP MARKETING, KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN DAN
LOYALITAS PASIEN RUMAH SAKIT BALIMED DENPASAR**

by

Ni Nyoman Mulyani

Undiknas Graduate School
Jl. Waturenggong No.164 Denpasar, Bali

nym.mulyani@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to : 1) To determine and analyze the influence of relationship marketing on satisfaction Balimed Denpasar Hospital patients . 2) To identify and analyze the influence of relationship marketing loyalty Balimed Denpasar Hospital patients . 3) To identify and analyze the impact of service quality on patient satisfaction Balimed Hospital Denpasar . 4) To identify and analyze the impact of service quality on loyalty Balimed Denpasar Hospital patients . 5) To identify and analyze the effect of patient satisfaction on loyalty pasein Balimed Hospital Denpasar .

Respondents of this study were patients Balimed Denpasar Hospital totaling 210 people . Collecting data in this study using a questionnaire containing 21 questions , each question using 10 alternative answers . Analysis of the data used to answer research questions and test hypotheses influence of relationship marketing , service quality , patient satisfaction and patient loyalty statistical methods used Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS software version 20

The results showed that : 1) The better the relationship marketing , the higher level of patient satisfaction verified . This means that the better the relationship marketing Balimed Hospital Denpasar . 2) the better the higher the relationship marketing patient loyalty verified . 3) The better the quality of service , the higher level of patient satisfaction verified . 4) the better quality of service , the higher loyalty pasein is verified . 5) : the higher the level of patient satisfaction , the higher the patient's loyalty is tested.

Keywords : relationship marketing , service quality , patient satisfaction and patient loyalty

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk : 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Balimed Denpasar. 2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Balimed Denpasar. 3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Balimed Denpasar. 4) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Balimed Denpasar. 5) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pasein terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Balimed Denpasar.

Responden penelitian ini adalah pasien Rumah Sakit Balimed Denpasar yang berjumlah 210 orang. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang memuat 21 pertanyaan, masing-masing pertanyaan menggunakan 10 alternatif jawaban. Analisis data yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis pengaruh antara *relationship marketing*, kualitas pelayanan, kepuasan pasien dan loyalitas pasien digunakan metode statistik *Structural Equation Modelling (SEM)* dengan Software AMOS versi 20

Hasil analisis menunjukkan bahwa : 1) Semakin baik *relationship marketing* maka semakin tinggi tingkat kepuasan pasien teruji kebenarannya. Hal ini berarti bahwa semakin baik *relationship marketing* Rumah Sakit Balimed Denpasar. 2) semakin baik *relationship marketing* maka semakin tinggi loyalitas pasien teruji kebenarannya. 3) Semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi tingkat kepuasan pasien teruji kebenarannya. 4) semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi loyalitas pasien adalah teruji kebenarannya. 5) : semakin tinggi tingkat kepuasan pasien maka semakin tinggi loyalitas pasien adalah teruji kebenarannya.

Kata kunci : *relationship marketing*, kualitas pelayanan, kepuasan pasien dan loyalitas pasien

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. (2009). *Marketing* (Edisi Terbaru). Yogyakarta: Med Pressindo.
- Darma, G.S. (2005). *88 Konsultasi Praktis Marketing Strategy*. Denpasar: Undiknas Press.
- Ferdinand, A.T. (2006). *Structural Equation Modeling* (Edisi 4). Semarang: BP Undip.
- Irawan, H.D. (2008). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Milenium I). Jakarta: PT Prenhanllindo.
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2006), *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Murdoko, W. H. (2007). *Great Costumer Service, Melayani Dari Hati*. Jakarta: PT Gramedia.
- Solimun. (2006). *Pemodelan Persamaan Struktural Pendekatan PLS dan SEM, Aplikasi Software Smart PLS dan Amos*. Surabaya: Program Pascasarjana Universitas 17 Agustus 1945.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran* (Edisi II). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F.. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset..