

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR SINGKATAN	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
RINGKASAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Tinjauan Umum Tentang <i>Marketing Mix</i>	10
1. Definisi <i>Marketing Mix</i>	10
2. Tujuan <i>Marketing Mix</i>	11
3. Prinsip <i>Marketing Mix</i>	12
4. Komponen <i>Marketing Mix</i>	12
B. Tinjauan Umum Tentang Rumah Sakit.....	17
1. Pengertian Rumah Sakit.....	17
2. Fungsi Rumah Sakit	19
3. Pelayanan Kesehatan Rawat Inap.....	20
4. Pemanfaatan Ruang Rawat Inap	24
5. Pelayanan Kesehatan Rawat Jalan	29
C. Tinjauan Umum Tentang Minat Kunjungan Ulang	33
1. Pengertian Minat Pemanfaatan Ulang	33
2. Faktor yang Mempengaruhi Pemanfaatan Ulang.....	35

3. Komponen Minat Pemanfaatan Ulang	36
4. Hubungan Bauran Pemasaran dengan Minat Pemanfaatan Ulang.....	36
5. Faktor yang Mempengaruhi Pemanfaatan Ulang.....	37
D. Kerangka Teori	40
E. Tabel Sintesa	41
BAB III KERANGKA KONSEP	44
A. Dasar Pemikiran Variabel Yang Diteliti.....	44
B. Bagian Kerangka Konsep	45
C. Definisi Operasional Dan Kriteria Objektif	46
D. Hipotesis	61
BAB IV METODE PENELITIAN	63
A. Jenis Penelitian.....	63
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	63
C. Populasi Dan Sampel.....	63
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	65
E. Metode Pengumpulan Data.....	66
F. Sumber Data.....	67
G. Pengolahan Data Dan Analisis Data	67
H. Analisis Data	68
I. Langkah-Langkah Penelitian.....	69
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAAN	70
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	70
B. Hasil Penelitian.....	72
C. Pembahasan	90
D. Keterbatasan Penelitian.....	133
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	135
A. Kesimpulan	135
B. Saran	136
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	