

RINGKASAN

UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT
PRODI KESEHATAN MASYARAKAT
PEMINATAN ADMINISTRASI KEBIJAKAN KESEHATAN
SKRIPSI, JUNI 2024

ANDI BESSE BARUGA WECUDAI
14120200086

**“Strategi *Digital Marketing* Pada Loyalitas Pasien di Rumah Sakit
Universitas Hasanuddin Kota Makassar Tahun 2024”**

(Andi Besse Baruga Wecudai, Nurfardiansyah B, SKM., M. Kes., Rezky Aulia
Yusuf, SKM., MS)

Strategi *digital marketing* pada loyalitas pasien adalah pendekatan yang dirancang khusus untuk memanfaatkan teknologi digital guna mempertahankan dan meningkatkan hubungan jangka panjang antara rumah sakit atau layanan kesehatan dengan pasien mereka. Strategi ini bertujuan untuk membangun kepercayaan, meningkatkan kepuasan pasien, serta mendorong pasien untuk tetap loyal terhadap pelayanan yang diberikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *digital marketing* pada loyalitas pasien di Rumah Sakit Universitas Hasanuddin Kota Makassar.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder dengan jumlah informan sebanyak 7 orang. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Digital Goals and Strategy* pada loyalitas pasien kualitasnya masih kurang signifikan. *Digital Audiences* pada loyalitas pasien masih belum sepenuhnya berhasil untuk meningkatkan pasien loyal. *Digital Devices* pada loyalitas pasien masih belum dikatakan sempurna karena perangkat digitalnya masih sering bermasalah. *Digital Platforms* pada loyalitas pasien belum dikatakan berhasil secara signifikan karena beberapa *platforms digital* rumah sakit kurang di andalkan. *Digital Data* pada loyalitas pasien telah berhasil karena rumah sakit telah memberikan keamanan data pasien. *Digital Media* pada loyalitas pasien telah berhasil karena secara keseluruhan telah memiliki metode digital yang dapat membantu meningkatkan pasien yang loyal. *Digital Marketing Technology* pada loyalitas pasien dikatakan kurang berhasil karena beberapa sistem yang masih perlu perbaikan sehingga pasien merasa kurang dan tidak loyal.

Pada variabel *digital goals and strategy* terhadap loyalitas pasien di rumah sakit universitas hasanuddin belum sepenuhnya berhasil memengaruhi keputusan pasien untuk memilih atau kembali berobat di rumah sakit tersebut, Pada variabel *digital audiences* terhadap loyalitas

pasien di rumah sakit universitas hasanuddin belum sepenuhnya berhasil meningkatkan loyalitas pasien. Konten yang dibuat belum cukup efektif untuk membuat pasien merasa lebih loyal terhadap rumah sakit, Pada variabel *digital devices* terhadap loyalitas pasien di rumah sakit universitas hasanuddin secara keseluruhan tidak signifikan. Kendala teknis seperti masalah jaringan atau kesalahan sistem sering mengganggu pengalaman pasien dalam menggunakan perangkat digital tersebut, Pada variabel *digital platforms* terhadap loyalitas pasien di rumah sakit universitas hasanuddin sebagian besar pasien belum sepenuhnya mengandalkan platform digital rumah sakit untuk keperluan mereka. Dengan demikian, rumah sakit dapat memastikan bahwa platform digital memberikan nilai tambah yang signifikan dalam pelayanan kesehatan pasien, dan meningkatkan pengaruh strategi digital platforms terhadap loyalitas pasien secara keseluruhan, Pada variabel *digital data* terhadap loyalitas pasien di rumah sakit universitas hasanuddin masih ada masalah dengan aksesibilitas dan kemudahan penggunaan. Pengembang web harus membuat situs mereka mudah diakses dan mudah digunakan untuk memaksimalkan manfaat dari strategi digital data. Ini akan memastikan pengalaman terbaik bagi semua pengguna, termasuk pengguna baru, Pada variabel *digital media* terhadap loyalitas pasien di rumah sakit universitas hasanuddin secara keseluruhan, metode digital media di Rumah Sakit telah menunjukkan bahwa dapat meningkatkan pengalaman pasien dan hubungan jangka panjang antara rumah sakit dan pasien dengan meningkatkan akses informasi, efisiensi pelayanan, personalisasi perawatan, dan kesadaran akan keamanan data, Pada variabel *digital marketing technology* terhadap loyalitas pasien di rumah sakit universitas hasanuddin belum menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan loyalitas pasien di rumah sakit tersebut. Pasien cenderung lebih dipengaruhi oleh pengalaman pribadi mereka dengan tenaga medis dan kualitas layanan langsung yang mereka terima.

Penelitian ini menyarankan Penelitian diperlukan Pengembangan SDM Digital Marketing Prioritaskan pengembangan tim yang terlatih dalam bidang digital marketing. Ini termasuk pelatihan dalam memahami perilaku konsumen digital, penguasaan platform digital seperti *website*, media sosial, dan analisis data, Perlu dipastikan bahwa situs web rumah sakit mudah diakses, *user-friendly*, dan responsif. Hal ini akan membantu pasien untuk dengan mudah mencari informasi, melakukan pendaftaran online, atau mengakses layanan lainnya, Perlu dilakukan edukasi kepada pasien tentang manfaat penggunaan teknologi digital dalam meningkatkan kualitas layanan dan kenyamanan mereka selama perawatan.

Daftar Pustaka : 34 (2017-2024)

Kata Kunci : *Digital Marketing*, Rumah Sakit, dan Loyalitas Pasien