

SUMMARY

STRATEGI PEMASARAN RADIOLOGI RSPP BERDASARKAN PERSEPSI PASIEN TERHADAP BAURAN PEMASARAN

Created by Ahmad Hariri

Subject : STRATEGI PEMASARAN RADIOLOGI RSPP
BERDASARKAN PERSEPSI PASIEN TERHADAP
BAURAN PEMASARAN

Subject Alt : STRATEGI PEMASARAN RADIOLOGI RSPP
BERDASARKAN PERSEPSI PASIEN TERHADAP
BAURAN PEMASARAN

Keyword : : STRATEGI PEMASARAN RADIOLOGI RSPP
BERDASARKAN PERSEPSI PASIEN TERHADAP
BAURAN PEMASARAN

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran loyalitas pasien radiologi RSPP dan persepsinya terhadap elemen-elemen bauran pemasaran 7 P (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence), selain itu juga untuk mengetahui pengaruh dari persepsi elemen-elemen bauran pemasaran 7 P (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence) yang selama ini diterapkan dengan loyalitas pasien pelayanan radiologi RSPP. Dan pada akhirnya dapat dirumuskannya bauran pemasaran yang sesuai untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pasien pelayanan radiologi RSPP

Date Create : 07/01/2015

Type : Text

Format : pdf

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Master-undergraduate_2012-01-006

Collection : undergraduate_2012-01-006

Source : magister these management of faculty

Relation Collection Universitas Esa Unggul

COverage : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul

Right : copyright2014_Library@esaunggul

Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid (astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id)

Supervisor