

ABSTRAK

TITO SULUH, Pengaruh Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas Konsumen yang di mediasi Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Pada Rumah Sakit Medika Permata Hijau (dibimbing oleh Tantri Yanuar R. Syah).

Dengan jumlah penduduk sekitar 220 juta maka banyak investor asing yang ingin menanamkan modalnya di Indonesia. Salah satunya adalah sektor kesehatan dengan banyak dibangunnya rumah sakit yang bertaraf internasional. Rumah Sakit merupakan salah satu sarana pelayanan kesehatan yang saat ini menjadi industri yang berkembang pesat. Rumah sakit baik milik Pemerintah maupun Swasta saling bersaing satu sama lain dalam menyediakan pelayanan kesehatan. Dengan adanya persaingan ini maka rumah sakit harus dapat meningkatkan mutu pelayanannya. Oleh karena itu rumah sakit harus memperhatikan pemasaran relasional, kepuasan konsumen, kepercayaan konsumen dan loyalitas konsumen.

Sampel penelitian ini adalah pasien yang melakukan rawat jalan di Rumah Sakit Medika Permata Hijau, Jakarta. Sampel dalam penelitian ini ada 190 responden, Jenis data yang digunakan di penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka. Merupakan hasil dari perhitungan dan pengukuran.

Penelitian ini menggunakan metode SEM dengan memperoleh hasil bahwa Pemasaran Relasional dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen. Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen meningkatkan Loyalitas Konsumen.

Kata Kunci: Pemasaran Relasional, Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Konsumen, SEM

ABSTRACT

TITO SULUH, *The Influence of Relationship Marketing on Consumer Loyalty with mediation Consumer Satisfaction and Consumer Trust in RS. Medika Permata Hijau, Jakarta (guided by Tantri Yanuar R. Syah).*

With a population about 220 million, more of foreign investors want to invest in Indonesia. One of them is in the health sector with build of many hospitals with international standards. Hospital is one of the health care facility which now is thriving industry. Government hospital and private hospital are competing against each other in providing medical care. The hospital should be able to improve the quality of service. Therefore, hospital must pay attention to relationship marketing, consumer satisfaction, consumer trust and consumer loyalty.

Samples were outpatients at the RS. Medika Permata Hijau, Jakarta. The sample in this study there were 190 respondents, The data used in this research is quantitative data, it is mean data is expressed in numerical terms. The result of calculations and measurements.

This research used SEM that obtain results Relationship Marketing can increase Consumer Satisfaction and Consumer Trust. Consumer Satisfaction and Consumer Trust can increase Consumer Loyalty.

Keywords: *Relationship Marketing, Consumer Satisfaction, Consumer Trust, Consumer Loyalty, SEM*