

ABSTRAK

PRIMA MULYASARI AGUSTINI, Pengaruh Komunikasi Pemasaran Jasa terhadap Pencitraan Pasien Mengenai Rumah Sakit Bersalin Emma Poeradiredja (Survei Eksplanatori mengenai Pengaruh Komunikasi Pemasaran Jasa terhadap Pencitraan Pasien Mengenai Rumah Sakit Bersalin Emma Poeradiredja Melalui Resiko, Kualitas Jasa, dan Posisi Jasa yang Diterima Pasien Periode Juni- September 2011 di Kota Bandung), di bawah bimbingan Prof. Dr. Hj. Nina Winangsih Syam, MS, sebagai Ketua Tim Promotor, Prof. H. Dedy Mulyana, MA., Ph.D, sebagai Anggota Tim Promotor, dan Dr. Hj. Betty. R. F. Sabur, MS, selaku Anggota Tim Promotor.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: (1) pengaruh komunikasi pemasaran jasa Rumah Sakit Bersalin Emma Poeradiredja terhadap resiko yang diterima pasien (2) pengaruh komunikasi pemasaran jasa Rumah Sakit Bersalin Emma Poeradiredja terhadap kualitas jasa yang diterima pasien, dan (3) pengaruh komunikasi pemasaran jasa Rumah Sakit Bersalin Emma Poeradiredja terhadap posisi jasa pada pasien. Objek penelitian ini adalah Rumah Sakit Bersalin Emma Poeradiredja di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei eksplanatori. Data penelitian meliputi data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif. Metode verifikatif dengan menggunakan *structure equation modeling* (SEM). Hasil analisis deskriptif dalam penelitian ini, mengindikasikan komunikasi pemasaran jasa rumah sakit bersalin yang dinilai paling tinggi adalah kemampuan pihak rumah sakit besar dalam menyediakan fasilitas eksterior dan interior. Resiko yang diterima pasien yang dinilai paling tinggi adalah tingkat kesediaan untuk menerima resiko pada diri sendiri secara fisik akibat penggunaan jasa rumah sakit bersalin. Kualitas jasa yang diterima pasien yang dinilai paling tinggi adalah tingkat kelayakan peralatan dan teknologi yang digunakan, fasilitas fisik dan sarana penunjang yang tersedia, tingkat kebersihan ruang dan gedung, dan tingkat kerapian petugas medis dan petugas lainnya. Posisi jasa pada pasien yang dinilai paling tinggi adalah tingkat kelayakan harga yang ditawarkan rumah sakit bersalin. Analisis dengan menggunakan SEM, mengindikasikan bahwa (1) komunikasi pemasaran jasa Rumah Sakit Bersalin Emma Poeradiredja berpengaruh terhadap resiko yang diterima pasien, (2) komunikasi pemasaran jasa Rumah Sakit Bersalin Emma Poeradiredja berpengaruh terhadap kualitas jasa yang diterima pasien, dan (3) komunikasi pemasaran jasa Rumah Sakit Bersalin Emma Poeradiredja berpengaruh terhadap posisi jasa pada pasien, baik secara simultan maupun parsial. Dengan demikian, komunikasi pemasaran jasa berpengaruh terhadap pencitraan pasien mengenai Rumah Sakit Bersalin Emma Poeradiredja

Kata kunci : komunikasi pemasaran jasa, pencitraan pasien, resiko yang diterima, kualitas jasa yang diterima, posisi jasa.