ABSTRAK

Menurunnya jumlah kunjungan pasien rawat jalan tingkat 1 di RSI Siti Hajar Sidoarjo dari tahun 2014 – 2017 menjadi permasalahan bagi rumah sakit. Selain itu, adanya persaingan yang kompetitif dengan rumah sakit dan fasilitas pelayanan kesehatan lainnya dalam memperebutkan pasar. Kondisi penurunan jumlah kunjungan pasien dapat ditinjau dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan apakah ada hubungan antara bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan kunjungan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Islam Sakit Islam Siti Hajar Sidoarjo.

Desain penelitian menggunakan metode survey analitik dengan rancangan *cross sectional*. Populasi sebesar 225 pasien, sehingga besaran sampel sebesar 88 pasien. Teknik pengambilan sampel menggunakan taknik *simple random sampling*. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Analisis menggunakanuji regresi logistik biner dengan $\alpha = 0{,}05$

Berdasarkan hasil penelitian bauran pemasaran di Rumah Sakit Islam Siti Hajar Sidoarjo sebagian besar (71,6%) cukup baik dan pasien rawat jalan sering melakukan kunjungan lebih sedikit jika dibandingkan dengan pasien rawat jalan yang tidak sering melakukan kunjungan. Ujistatistik menggunakan uji regresi logistik biner diperoleh hasil 0,040 tingkat signifikan <0,05antara bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan kunjungan pasien rawat jalan. Artinya ada hubungan antara bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan kunjungan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Islam Siti Hajar Sidoarjo.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah semakin baik bauran pemasaran (*marketing mix)* maka semakin sering pasien rawat jalan untuk melakukan kunjungan. Saran bagi rumah sakit untuk mempertahankan hubungan antara rumah sakit dengan pelanggan dan mempertahankan kualitas pelayanan rumah sakit.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Rawat Jalan, Rumah Sakit