

## RINGKASAN

Universitas Muslim Indonesia  
Fakultas Kesehatan Masyarakat  
Program Studi Kesehatan Masyarakat  
Peminatan Administrasi Kebijakan Kesehatan  
Skripsi, Mei 2025

Tri Wahyuningsi  
14120210045

**“Hubungan *Digital Marketing* Dengan Loyalitas Pasien Umum Rawat Jalan di RSUD Labuang Baji” (di bimbing oleh: Nurfardiansyah B. dan Nurul Hikmah B.)**

( xvii + 89 Halaman + 21 Tabel + 6 Gambar + 16 Lampiran)

RSUD Labuang Baji telah menerapkan *digital marketing* melalui media sosial, website dan sistem informasi rumah sakit sebagai upaya memperluas jangkauan layanan dan memperkuat hubungan dengan pasien. Namun, penerapan *digital marketing* di RSUD Labuang Baji masih belum optimal dalam membentuk loyalitas pasien umum rawat jalan. Meskipun strategi digital, media dan pengelolaan data dinilai cukup baik, hal tersebut belum berhubungan dengan loyalitas. Rendahnya interaksi digital, keterbatasan perangkat dan platform digital serta kurangnya efektivitas teknologi pemasaran menjadi kendala utama. Oleh karena itu, strategi yang dijalankan masih memerlukan pengembangan agar *digital marketing* dapat berjalan secara optimal dan mendukung peningkatan loyalitas pasien.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan indikator *digital marketing* dengan loyalitas pasien umum yang menjalani rawat jalan di RSUD Labuang Baji. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *Cross Sectional*. Pengambilan sampel dilakukan secara *Purposive Sampling* dan jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus *Slovin*, sehingga diperoleh 111 pasien pasien umum rawat jalan.

Hasil uji chi-square menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara empat variabel *digital marketing* dengan loyalitas pasien yaitu *digital audiences* ( $p = 0,030 < 0,05$ ), *digital devices* ( $p = 0,000 < 0,05$ ), *digital platforms* ( $p = 0,033 < 0,05$ ), dan *digital marketing technology* ( $p = 0,004 < 0,05$ ). Sementara itu, tiga variabel lainnya, yaitu *digital goals and strategy* ( $p=0,241 > 0,05$ ), *digital media* ( $p=0,303 > 0,05$ ) dan *digital data* ( $p=0,440 > 0,05$ ) tidak menunjukkan hubungan dengan loyalitas pasien.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah ada hubungan *digital audiences*, *digital devices*, *digital platforms* dan *digital marketing technology* dengan loyalitas pasien umum yang berobat jalan di RSUD Labuang Baji dan tidak ada hubungan *digital goals and strategy*, *digital media* dan *digital data* dengan loyalitas pasien umum yang berobat jalan di RSUD Labuang Baji. RSUD Labuang Baji disarankan untuk menyusun strategi digital marketing yang lebih baik, memahami karakteristik audiens digital, mengoptimalkan penggunaan media digital seperti website dan media

sosial, konten yang disajikan perlu dibuat lebih informatif dan interaktif serta didukung oleh pengelolaan data yang aman dan mengikuti perkembangan teknologi.

**Daftar Pustaka : 61 (2018 - 2025)**

**Kata Kunci : *Digital Marketing*, Loyalitas, Pasien, Rawat Jalan**