

STRATEGI EXPERIENTIAL MARKETING UNTUK PENINGKATAN KUNJUNGAN PASIEN DI POLI GIGI UMUM KLINIK PRATAMA BUNDA MEDIKA TULUNGAGUNG

Meidya Sri Wulandari, Indasah, Agusta Dian Ellina
Magister Kesehatan Masyarakat, Institut Ilmu Kesehatan Strada Indonesia
meidya_drg05@yahoo.co.id

ABSTRAK

Tren kunjungan pasien poli gigi umum Klinik Pratama Bunda Medika tahun 2018-2022 mengalami penurunan. Permasalahan ini dapat diidentifikasi dengan mengetahui penyebab masih rendahnya pelayanan poli gigi dengan pendekatan konsep *experiential marketing*. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh faktor internal poli gigi (sumber daya manusia, fasilitas medis dan non medis, tarif pelayanan) dan harapan pasien (*customer expectation*) terhadap pengalaman pasien (*customer experience*). Penelitian dengan pendekatan analitik observasional, menggunakan rancang bangun *cross sectional*. Sampel penelitian adalah pasien poli gigi umum Klinik Pratama Bunda Medika Tulungagung yang pernah mendapatkan perawatan serta memenuhi kriteria inklusi dengan teknik *simple random sampling*. Sesuai dengan perhitungan rumus Slovin, pada penelitian ini akan digunakan sampel sebanyak 128 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara faktor internal dengan *customer experience* yaitu sumber daya manusia dengan nilai 0,00 ($p < 0,05$), fasilitas medis dan non medis dengan nilai 0,008 ($p < 0,05$), tarif pelayanan dengan nilai 0,031 ($p < 0,05$). Terdapat pengaruh signifikan *think customer expectation* dengan *think customer experience* dengan nilai 0,011 ($p < 0,05$) dan *sense customer expectation* dengan *relate customer experience* dengan nilai 0,046 ($p < 0,05$). Berdasarkan hasil penelitian, Manajemen Klinik Pratama Bunda Medika Tulungagung perlu melakukan evaluasi dan perbaikan untuk meningkatkan *experience* yang positif bagi pasien sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan pasien.

Kata Kunci : Faktor Internal, *Customer Expectation*, *Customer Experience*, Klinik