



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR HAMKA**

**SKRIPSI**

**ANALISIS SEGMENTASI PASAR UNIT HEMODIALISA  
RUMAH SAKIT ANNA MEDIKA BEKASI  
TAHUN 2016**



**OLEH :  
ATI PRADIPTA SARI  
NIM : 1205017048**

**FAKULTAS ILMU – ILMU KESEHATAN  
PROGRAM STUDI KESEHATAN MASYARAKAT  
2016**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**SKRIPSI**

**ANALISIS SEGMENTASI PASAR UNIT HEMODIALISA RUMAH SAKIT**

**ANNA MEDIKA BEKASI**

**TAHUN 2016**

**Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
SARJANA KESEHATAN MASYARAKAT**

**OLEH :**

**ATI PRADIPTA SARI**

**NIM : 1205017048**

**FAKULTAS ILMU – ILMU KESEHATAN  
PROGRAM STUDI KESEHATAN MASYARAKAT  
2016**

**PANITIA UJIAN SIDANG SKRIPSI**  
**PROGRAM STUDI KESEHATAN MASYARAKAT**  
**FAKULTAS ILMU – ILMU KESEHATAN**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

Panitia siding skripsi dari mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Ati Pradipta Sari

NIM : 1205017048

Judul Skripsi : “ Analisis Segmentasi Pasar Unit Hemodialisa Rumah Sakit Anna Medika Bekasi Tahun 2016”.

**Telah lulus ujian sidang skripsi pada tanggal 24 November 2016.**

Jakarta, November 2016

Mengetahui ,

Ketua

( Ipiq Muhammad Fikri, SKM,M.Kes.)

Anggota I

Anggota II

( dr. Zulazmi Mamdy, MPH )

( Dian Kholika Hamal, M.Kes )

**PANITIA UJIAN SIDANG SKRIPSI**  
**PROGRAM STUDI KESEHATAN MASYARAKAT**  
**FAKULTAS ILMU – ILMU KESEHATAN**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

Panitia siding skripsi dari mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Ati Pradipta Sari

NIM : 1205017048

Judul Skripsi : “ Analisis Segmentasi Pasar Unit Hemodialisa Rumah Sakit Anna Medika Bekasi Tahun 2016”.

Telah lulus ujian sidang skripsi pada tanggal 24 November 2016.

Jakarta, November 2016

Mengetahui,

Ketua

( Ipik Muhammad Fikri, SKM,M.Kes.)

Anggota I

Anggota II

( dr. Zulazmi Mandy, MPH )

( Dian Kholika Hamal, M.Kes)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR.HAMKA  
FAKULTAS ILMU-ILMU KESEHATAN  
SKRIPSI, AGUSTUS 2016.  
ATI PRADIPTA SARI

ANALISIS SEGMENTASI PASAR PADA PASIEN DI UNIT  
HEMODIALISA RS ANNA MEDIKA BEKASI .

XXII + 79 Halaman , 2 gambar, 26 tabel , + Lampiran

#### ABSTRAK

**Latar belakang :** Banyaknya Rumah sakit baru pada beberapa tahun ini menimbulkan adanya persaingan dalam menyediakan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar dari beberapa faktor seperti faktor geografi, demografi, psikografi dan perilaku, sehingga Rumah Sakit harus berupaya membuat konsumen (klien/pasien) memiliki pengetahuan atau informasi yang cukup tentang pelayanan rumah sakit khususnya pada unit hemodialisa pada RS Anna Medika Bekasi

**Tujuan penelitian :** Untuk mengetahui gambaran karakteristik segmen pasar pasien unit hemodialisa RS Anna Medika dari faktor geografi, faktor demografi, faktor psikografi dan faktor Perilaku.

**Metode Penelitian :** Penelitian ini bersifat analitik dengan pendekatan *cross sectional*. Pengambilan sampel dengan cara *Purposive Sampling* dan kuesioner yang berjumlah 100 responden. Teknik analisa data dengan menggunakan analisis univariat dengan distribusi frekuensi.

**Hasil :** Hasil penelitian menyatakan bahwa pada Rs Anna Medika Bekasi terus mengalami pengembangan sarana dan prasarana kesehatan diantaranya saat ini seperti unit hemodialisa. Jumlah dan Kualitas SDM Memiliki sumber daya manusia yang padat karya di setiap unit dengan jumlah yang cukup di posisi atau bidangnya masing – masing. Jumlah dokter tersedia lebih banyak dibanding rata – rata rumah sakit tipikal di Jawa Barat, serta memiliki tenaga kesehatan yang cukup lengkap. Target pasar dari RS Anna Medika merupakan pasien dari kota Bekasi dengan jarak tempuh sekitar 45 Km menuju RS Anna medika, dengan karakteristik umur lansia, jenis kelamin laki-laki, jenjang pendidikan Lulusan SMA, pekerjaan wiraswasta, dengan status pasien lama dan berdiagnosa selain GJK. Responden berpenghasilan >2.5juta s/d 3.5 juta rupiah dengan sumber biaya berasal dari BPJS, asal rujukan puskesmas dengan alasan menggunakan RS Anna medika dari segi biaya/tarif

**Kesimpulan :** Pelayanan yang diberikan Rs Anna Medika Bekasi mendapatkan kepercayaan dan kesetiaan pasien terhadap penyedia jasa kesehatan RS Anna Medika, karena dilihat presntase pasien banyak berasal dari pasien lama, dan meningkatnya jumlah pasien baru, hal ini membuktikan kualitas dan sarana prasana yang mencukupi dari RS anna medika, sehingga adanya tingkat kesetiaan dan keperayaan tinggi dari pasien.

**Saran :** Dengan diketahuinya lebih lanjut karakteristik pasar yang ada diharapkan rumah sakit dapat menggunakan informasi tentang hal-hal yang berhubungan dengan pasien-pasien di segmen dan target pasar sebagai pedoman pihak manajemen RS Anna Medika dalam pemasaran di unit hemodialisa serta diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi Rumah Sakit Anna Medika terutama pada unit hemodialisa

**Kata kunci :** Pasien Unit Hemodialisa, Segmentasi Pasar, Rs Anna Medika Bekasi

**Daftar bacaan :** 23 ( 1990 – 2015 )

**UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH PROF.DR.HAMKA  
FACULTIES OF HEALTH SCIENCE  
SPESIALISATION OF HEALTH ADMINISTRATION MANAGEMENT  
MINITHESIS, MARCH, 2016.  
ATI PRADIPTA SARI**

**ANALYSIS OF MARKET SEGMENTATION ON PATIENT IN  
HEMODIALISA UNIT AT ANNA MEDIKA BEKASI HOSPITAL.**

**XXII + 79 pages , 2 pictures, 26 table , + Attachment**

**ABSTRACT**

**Background :** The number of new hospital in recent years lead to their competition in providing services that meet the needs and desires of the market, so the hospital must seek to make the consumer (client / patient) have the knowledge or enough information about hospital services, especially in units of hemodialysis in RS Anna Medika Bekasi

**Objective:** To describe the characteristics of market segments patient hemodialysis unit Anna Medika Hospital of geography, demographics, psychographic factors and factors of Conduct.

**Methods:** This study is a cross sectional analytic approach. Sampling by means of purposive sampling of the 100 respondents. Data analysis techniques using univariate analysis with frequency distribution and bivariate analysis using chi square test.

**Results:** This research is an analytic with cross sectional approach. Sampling by means of purposive sampling of the 100 respondents. Data analysis techniques using univariate analysis with frequency distribution. The target market of RS Anna Medika a patient from the city of Bekasi to run about 45 Km to RS Anna medika, with the characteristics of the age of the elderly, male, education level high school graduates, job self-employed, with the status of old patients and berdiagnose addition to GGK. Respondents earning > 2.5 million - 3.5 million with resources coming from BPJS fees, referral health center on the grounds of origin using the RS Anna medika in terms of cost

**Conclusion:** Services provided Rs Anna Medika Bekasi earn the trust and loyalty of patients to health care providers RS Anna Medika, as seen presntase patients came from old patients, and the increasing number of new patients, it proves the quality and facilities infrastructures are insufficient from RS anna medika, so that a high level of loyalty and trust of patients

**Suggestion:** By knowing more about the characteristics of the market that is expected to hospital may use information about matters relating to patients in the segment and target market as guidance the hospital management Anna Medika in marketing in units of hemodialysis and is expected this study may be a useful input for Anna Medika Hospital primarily on hemodialysis unit

**Keywords :** Patients Hemodialysis Unit, Market Segmentation, Rs Anna Medika Bekasi

The reading list: 23 (1990 - 2015)

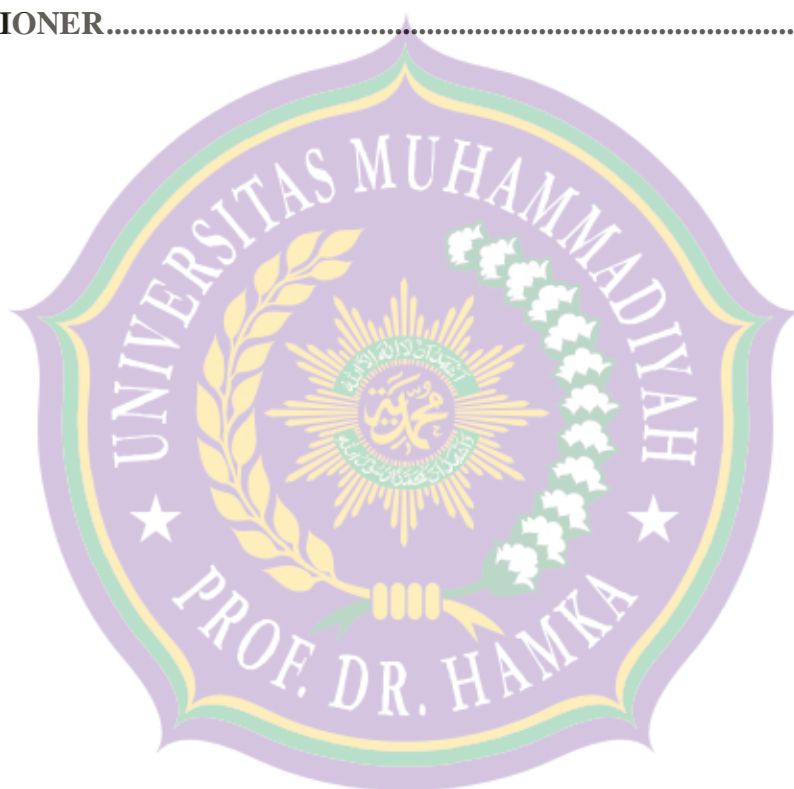
## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL DENGAN SPESIFIKASI</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kebijakan DepKes.....	9
2.2 Pemasaran.....	10
2.1.1 Pasar dan Pemasaran.....	10
2.1.2 Manfaat Utama Pemasaran.....	12
2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.4 Strategi Pemasaran.....	14
2.1.5 Bauran Pemasaran .....	14
2.2 Segmentasi Pasar .....	16
2.3 Pola Dan Dasar Segmentasi Pasar .....	23
2.4 Jasa dan Pemasaran Jasa .....	30
2.5 Pemasaran Rumah Sakit .....	32
2.6 Pemasaran Jasa Rumah Sakit.....	34
2.7 Gagal Ginjal Kronik .....	35

2.8 Hemodialisa .....	37
<b>BAB III. KERANGKA TEORI, KERANGKA KONSEP, HIPOTESIS, DAN DEFINISI OPRASIONAL</b>	
3.1 Kerangka Teori.....	44
3.2 Kerangka Konsep .....	46
3.3 Hipotesis .....	47
3.4 Definisi Oprasional.....	47
<b>BAB IV METODE PENELITIAN</b>	
4.1 Desain Penelitian.....	50
4.2 Lokasi Penelitian Dan Waktu Penelitian.....	51
4.3 Populasi Dan Sampel .....	51
4.4 Instrumen.....	54
4.5 Pengumpulan Data.....	55
4.6 Analisis Data.....	56
4.7 Penyajian Data.....	57
<b>BAB V HASIL PENELITIAN</b>	
5.1 Profil Tempat Penelitian .....	58
5.1.1 Kondisi Keuangan Rumah Sakit .....	59
5.1.2 Kelengkapan Sarana Medis.....	59
5.1.3 Kelengkapan Sarana Penunjang.....	59
5.1.4 Ketersediaan Prasarana Yang Dimiliki .....	59
5.1.5 Prosedur dan Kualitas Pelayanan .....	60
5.1.6 Tarif Pelayanan .....	60
5.2 Gambaran Karekteristik Responden	
5.2.1 Karekteristik Responden Berdasarkan Faktor Geografi .....	61
5.2.2 Karekteristik Responden Berdasarkan Faktor Demografi .....	62
5.2.3 Karekteristik Responden Berdasarkan Faktor Psikografi .....	62
5.2.4 Karekteristik Responden Berdasarkan Faktor Perilaku .....	65
<b>BAB VI HASIL PENELITIAN</b>	
6.1 Keterbatasan Penelitian.....	67
6.2 Pembahasan Hasil Penelitan .....	67



6.3 Segmentasi Berdasarkan Faktor Geografi.....	70
6.4 Segmentasi Berdasarkan Faktor Demografi.....	72
6.5 Segmentasi Berdasarkan Faktor Psikografi .....	72
6.6 Segmentasi Berdasarkan Faktor .....	73
<b>BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
7.1 Kesimpulan .....	75
7.2 Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>79</b>
<b>KUESIONER.....</b>	<b>81</b>



# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Pelayanan kesehatan adalah industri jasa yang bertujuan memenuhi salah satu kebutuhan individu dan kebutuhan masyarakat secara keseluruhan untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan atau kesejahteraan fisik, mental dan sosial. Segala sesuatu tentang pelayanan kesehatan sangat tergantung dan terkait dengan :

- a. Pemberi jasa asuhan kesehatan
- b. Kebutuhan dan tuntutan penerima jasa
- c. Apa dan bagaimana jasa yang diberikan
- d. Biaya yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan primer
- e. Dari mana pembiayaan dan sumber daya lainnya bersumber
- f. Faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi keseluruhan sistem pelayanan kesehatan, termasuk peran pemerintah dan partisipasi masyarakat.

Rumah sakit merupakan salah satu sarana kesehatan tempat diselenggarakannya upaya kesehatan. Upaya kesehatan adalah kegiatan yang untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan demi tercapainya derajat kesehatan. Upaya kesehatan tersebut dilakukan melalui kegiatan peningkatan kesehatan (promotif), pencegahan penyakit (preventif), penyembuhan penyakit (kuratif), dan pemulihan penyakit (rehabilitative). Untuk melaksanakan upaya kesehatan tersebut rumah sakit memberikan pelayanan melalui pelayanan rawat inap, rawat jalan dan instalasi gawat darurat (Undang-undang no.44 tahun 2009 tentang Rumah Sakit).

Rumah sakit sebagai penyedia layanan kesehatan dituntut mempunyai pemasaran yang baik. Pemasaran mempunyai peran penting dalam membantu mencapai strategi yang utuh untuk pengembangan rumah sakit. Menurut Kotler (2009), pemasaran harus dipahami bahwa bukan

berarti hanya dalam lingkup penjualan tetapi dalam arti harus memuaskan pelanggan. Yang dimaksud pelanggan disini adalah sebagai konsumen seperti pasien atau pemberi pelayanan yaitu Dokter, perawat, bidan dan tenaga kesehatan lainnya. Rumah sakit perlu pengelolaan yang tepat untuk mendapatkan profit sehingga harus dilakukan pemanfaatan fasilitas kesehatan dengan optimal.

Banyaknya Rumah sakit baru menimbulkan adanya persaingan untuk dapat terus bertahan dalam industri perumahsakit. Rumah Sakit dituntut untuk mampu menyediakan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Pasar rumah sakit mengalami perubahan dari pasar yang dikendalikan oleh penyedia layanan menjadi pasar yang dikendalikan oleh pengguna jasa layanan. Rumah sakit terus berusaha menyediakan dokter spesialis, melengkapi fasilitas dan meningkatkan mutu pelayanan secara personal kepada pasien dan keluarganya.

Upaya Rumah Sakit akan membuat konsumen (klien/pasien) memiliki pengetahuan atau informasi yang cukup tentang pelayanan rumah sakit. Maka, jika upaya pemasaran dapat dilaksanakan dengan baik oleh rumah sakit, hubungan antara pemberi pelayanan dengan pasiennya tidak lagi disalahgunakan. Para pemberi pelayanan kesehatan akan sangat peduli kepada kesejahteraan pasiennya, sehingga kebutuhan pasien terpenuhi.

Rumah Sakit Anna Medika adalah Rumah sakit Kedua dari jaringan Rumah Sakit & Klinik dibawah naungan ANNA GROUP. Mulai beroperasi pada tanggal 10 Februari 2010 diatas lahan seluas 8000m<sup>2</sup>. Berkapasitas 116 tempat tidur. Rumah Sakit Anna Medika menjadi Rumah Sakit terbesar di wilayah bekasi utara. Rumah sakit Anna Medika merupakan rumah sakit swasta kelas C yang yang beralamat di Jalan Raya Perjuangan no.45 Harapan Baru. Dengan bermotokan 'Kesembuhan dan Kepuasan Pasien adalah Kebahagiaan Kami', Profesionalisme dan Kekeluargaan adalah Visinya.

RS Anna Medika menyediakan layanan Rawat inap yang pelayanan poliklinik dokter spesialis yang terdiri dari empat pelayanan poliklinik spesialis utama yaitu poli spesialis kebidanan dan kandungan, poli spesialis anak, poli spesialis bedah umum, poli spesialis THT, poli urologi, poli gigi, poli bedah syaraf, poli jantung, poli rehabilitasi medik serta unit hemodialisa yang baru berjalan selama satu tahun. Serta tersedia berbagai unit pelayanan sebagai sarana penunjang guna membantu penegakan diagnostik terdapat ruang laboratorium, radiologi, EKG, USG yang dibawah oleh dokter spesialis profesional yang bertanggung jawab di bidangnya.

Unit hemodialisa di Rumah Sakit Anna Medika sedang mengalami pengembangan serta perluasan lahan, hal ini dikarenakan pada rumah sakit Anna Medika diketahui banyak pasien gagal ginjal yang memerlukan cuci darah sedangkan pada rumah sakit Anna Medika jumlah tempat tidur dan ruangan untuk hemodialisa sangat terbatas sehingga banyak pasien yang waiting list atau harus menunggu sesuai nomor antrian yang telah terjadwal, sehingga ini sangat kurang efisien untuk pasien.

Berdasarkan hasil observasi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti diketahui :

**Tabel 1.1 Data Penduduk Kota Bekasi Tahun 2014**

No	Kecamatan	Luas wilayah	Jumlah Kelurahan	Jumlah Penduduk
1	Pondok gede	16,29	5	267.310
2	Jati sampurna	14,49	5	117.170
3	Pondok melati	18,57	4	139.725
4	Jatiasih	22,00	6	216.260
5	Bantar Gebang	17,04	4	105.019
6	Mustika Jaya	24,73	4	187.229
7	Bekasi Timur	13,49	4	255.928
8	Rawa Lumbu	15,67	4	227.198
9	Bekasi selatan	14,96	5	215.050

10	Bekasi barat	18,89	5	286.142
11	Medan Satria	14,71	4	171.769
12	Bekasi Utara	19,65	6	334.232
Kota Bekasi		210,49	56	2.523.032

<http://bekasikota.bps.go.id/linkTabelStatistik>

**Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Kota Bekasi Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2014**

No	Kecamatan	Jenis Kelamin			Rasio Jenis Kelamin
		Laki-laki	Perempuan	Jumlah total	
1	Pondok gede	134.188	133.122	2673.20	100.80
2	Jati sampurna	58.543	58.627	117.170	99.86
3	Pondok melati	70.186	69.5389	139.725	100.93
4	Jatiasih	109.423	106.837	216.260	102.42
5	Bantar Gebang	55.274	49.745	105.019	111.11
6	Mustika Jaya	94.404	92.825	187.229	101.70
7	Bekasi Timur	130.332	125.596	255.928	103.77
8	Rawa Lumbu	113.192	114.006	227.198	99.29
9	Bekasi selatan	107.721	107.329	215.050	100.37
10	Bekasi barat	145.333	140.809	286.142	103.21
11	Medan Satria	86.742	85.027	171.769	102.02
12	Bekasi Utara	169.378	164.854	334.232	102.74
Kota Bekasi		1.274.716	1.248.316	2.523.032	102.11

<http://bekasikota.bps.go.id/linkTabelStatistik>

**Tabel 1.3 Jumlah Pasien Hemodialisa Rs Anna Medika Tahun 2014**

No	Bulan	Pasien Lama	Pasien Baru	Pasien meninggal	Pasien Pindah	jumlah	Tindakan
1	Februari		4			4	8
2	Maret	4	26	1		29	184

3	April	33	15	3	3	42	338
4	Mei	40	15	2	2	51	404
5	Juni	53	7	2	1	57	415
6	Juli	54	14	2		66	534
7	Agustus	61	12	3	2	71	584
8	September	70	11	1		80	641
9	Oktober	77	18	4		91	723
10	November	88	12	6	1	93	724
11	Desember	84	14	1		97	840

**Tabel 1.4 Jumlah Pasien Hemodialisa RS Anna Medika  
Tahun 2015**

No	Bulan	Pasien lama	Pasien baru	Pasien meninggal	Pasien pindah	jumlah	Tindakan
1	Januari	97	7	4	1	100	879
2	Februari	97	4	3		98	782
3	Maret	95	8	4	3	96	878
4	April	96	6	2		100	860
5	Mei	100	4		1	103	882
6	Juni	98	2	1		99	790
7	Juli	102	4	1		105	820
8	Agustus	104	2		2	104	810
9	September	105	1			106	824
10	Oktober	98	2	1	1	98	780
11	November	94	1	1	1	93	772
12	Desember	92	1		2	91	760

**Tabel 1.5 Jumlah Pasien Hemodialisa RS Anna Medika  
Tahun 2016**

No	Bulan	Pasien lama	Pasien baru	Pasien meninggal	Pasien pindah	jumlah	Tindakan
1	Januari	90	2	1	1	90	762
2	Februari	88	1			89	746
3	Maret	91	1	2	1	89	752
4	April	92		1	1	90	742
5	Mei	94	4		1	97	844
6	Juni	90	2	1		91	798
7	Juli	88	1	1		88	726

**Tabel 1.6 Jumlah Tempat Tidur Unit Hemodialisa RS Anna Medika**

No	Nama Ruang	Jumlah Tempat Tidur
	Ruang 1	20
	Ruang 2	1
	<b>Total Tempat Tidur</b>	<b>21</b>

## **1.2. Rumusan masalah**

Berdasarkan data sekunder diperoleh informasi secara umum tentang besarnya potensi pasar pelayanan kesehatan di unit hemodialisa Rumah Sakit Anna Medika. Maka banyak pasien yang akan melakukan hemodialisa masuk daftar tunggu rumah sakit, Oleh sebab itu peneliti ingin mengetahui lebih jelas gambaran potensi pasar dan keinginan Pasien Unit Hemodialisa RS Anna Medika Bekasi

## **1.3. Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Umum**

Diketahuinya gambaran potensi pasar dan keinginan pasien di Unit Hemodialisa RS Anna Medika Bekasi.

### 1.3.2. Tujuan Khusus

- a. Mengetahui gambaran karakteristik segmen pasar pasien unit hemodialisa RS Anna Medika berdasarkan faktor geografi
- b. Mengetahui gambaran karakteristik segmen pasar pasien unit hemodialisa RS Anna Medika berdasarkan faktor demografi
- c. Mengetahui gambaran karakteristik segmen pasar pasien unit hemodialisa RS Anna Medika berdasarkan faktor psikografi.
- d. Mengetahui gambaran karakteristik segmen pasar pasien unit hemodialisa RS Anna Medika berdasarkan faktor Perilaku.

### 1.4. Manfaat Penelitian.

- a. Bagi RS Anna Medika Bekasi.

Dengan diketahuinya lebih lanjut karakteristik pasar yang ada diharapkan rumah sakit dapat menggunakan informasi tentang hal-hal yang berhubungan dengan pasien-pasien di segmen dan target pasar sebagai pedoman pihak manajemen RS Anna Medika dalam pemasaran di unit hemodialisa serta diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi Rumah Sakit Anna Medika terutama pada unit hemodialisa.

- b. Bagi penulis.

1. Mengaplikasikan berbagai teori yang didapatkan diperkuliahan serta mengembangkan kompetensi diri dengan menggunakan metode yang relevan untuk menganalisa situasi, mengidentifikasi masalah dan menetapkan alternatif pemecahan masalah.
2. Menambah pengetahuan, wawasan serta keterampilan dalam menganalisa suatu permasalahan kesehatan khususnya tentang segmentasi pemasaran dan target pasar RS.

- c. Bagi UHAMKA.

Sebagai bahan referensi dan acuan dalam meningkatkan kualitas pembelajaran mahasiswa serta sebagai bahan koleksi dan bacaan untuk perpustakaan FIKES UHAMKA.



### **1.5. Ruang Lingkup Penelitian.**

Penelitian ini ditujukan untuk mendapatkan gambaran karakteristik segmentasi pasar unit Hemodialisa RS Anna Medika. Ruang lingkup penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh dari bagian rekam medik RS Anna Medika tahun 2015.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, R. Lerbin, R. (2007). *Teori dan Praktik Riset Pemasaran*. Bogor: Ghalia. Indonesia.
- Assauri, S .(1987). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press  
Kotler, P . (1992). *Dasar-Dasar Pemasaran (Jilid 1 dan 2)*. Jakarta: Prenhallindo
- Azwar; (2004). *Reliabilitas dan Validitas Interpretasi dan Komputasi*. Yogyakarta: Liberty
- Badan Pusat statistik.2014. <http://www.bps.go.id/bekasikota/link/tabelstatistik/pdf>  
diakses tanggal 2 maret 2015 at 13.50
- Hasan, M. Iqbal. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*.Bogor : Ghalia Indonesia
- Kasali, Rhenald. (1998). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Grafiti
- Kasali, Rhenald. (2000). *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: Grafiti
- Kertajaya.(2002). *On Marketing*. Jakarta :Gramedia
- Kotler, P. (2008). *Tokoh Paling Kompeten Dalam Pemasaran Menjawab Pertanyaan Anda*. Jakarta: Bhuana Ilmu Komputer
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran (Analisis,Perencanaan, Implementasi dan pengendalian)*. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler, P .(2009). *Marketing Management (10 ed)*. New Jersey: Prentice-Hall Inc
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat

- Margono. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo. S. (2010). *Promosi kesehatan teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Nuswantari. (1998). *Kamus Saku Kedokteran*. Jakarta : EGC
- Sapta, M. (2013) . *Analisis Segmentasi Pasar Pengguna Jasa Layanan Rawat Inap RSUD Kalisat* . Jember
- Saryono. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan Penuntun Praktis Bagi Pemula*. Yogyakarta: Nuha Press
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Soemarja, A. (1993). *Pemasaran Rumah Sakit Indonesia*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono. (1999). *Metode Riset Bisnis* . Yogyakarta : Andi