



## **ABSTRAK**

### **PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATIONS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN RUMAH SAKIT PANTI RAPIH YOGYAKARTA**

Yanuar Pratama Lango Aran  
5201711009

Kesehatan merupakan hal paling berharga bagi setiap makhluk hidup utamanya manusia. Oleh karena itu, rumah sakit adalah tempat yang di cari dalam merawat kesehatan dan juga mengobati penyakit yang sedang di derita. Banyaknya rumah sakit negeri maupun swasta yang berkembang di Indonesia mengharuskan untuk setiap rumah sakit melakukan aktivitas marketing public relations untuk mempertahankan loyalitas dari para pelanggan. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur pengaruh dari aktivitas marketing public relations terhadap loyalitas pelanggan Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan ialah kuantitatif dengan pendekatan eksplantif serta metode survei. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100, dengan teknik pengambilan sampel berupa incidental sampling. Data dikumpulkan dengan mendatangi satu persatu pasien rawat jalan dan mengisi survei melalui google forms. Seluruh data yang terkumpul dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dalam skala interval cukup kuat antara aktivitas marketing public relations terhadap loyalitas pelanggan Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta dengan koefisien korelasi sebesar 0,553.

**Kata Kunci:** Loyalitas Pelanggan, Marketing Public Relations, Rumah Sakit

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF PUBLIC RELATIONS MARKETING ON CUSTOMER LOYALTY AT PANTI RAPIH YOGYAKARTA HOSPITAL***

*Yanuar Pratama Lango Aran  
5201711009*

*Health is the most valuable thing for every living thing, especially humans. Therefore, the hospital is a place to seek health care and treatment for diseases being suffered. The number of developing public and private hospitals in Indonesia requires that every hospital carry out public relations marketing activities to maintain customer loyalty. This research was conducted to measure the influence of public relations marketing activities on the customer loyalty of Panti Rapih Hospital Yogyakarta. The research method used is quantitative, with an explanatory approach and a survey method. The sample in this study was 100, and the sampling technique was incidental sampling. Data is collected by visiting outpatients individually and completing surveys through Google Forms. All collected data was analyzed using the SPSS application version 25. The results of this study show a positive influence on the interval scale that is quite strong between public relations marketing activities and the loyalty of customers of Panti Rapih Hospital Yogyakarta with a correlation coefficient of 0.553.*

***Keywords:*** *Customer Loyalty, Marketing Public Relations, Hospitals*