

**ANALISIS IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* MELALUI
INSTRUMEN *CUSTOMER PATH 5A* TERHADAP LAYANAN
KESEHATAN DI SILOAM INTERNATIONAL HOSPITAL LIPPO
VILLAGE**

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen pada
Program Studi Manajemen



MYDA LANNIATI

2161201150

**INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS AHMAD DAHLAN
JAKARTA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Implementasi *Digital Marketing* Melalui
Instrumen *Customer Path 5A* Terhadap Layanan
Kesehatan Di Siloam International Hospital Lippo Village
Nama : Myda Lanniati
NIM : 2061201150
Prodi/Konsentrasi : S1 Manajemen/Manajemen Pemasaran

Telah diujikan pada tanggal 24 Februari 2025 di hadapan Tim Penguji Sidang
Skripsi dan dinyatakan lulus.

Pembimbing,



Hj. Ermalina, S.E. M.M
NIDN:0308046203

Penguji,



Husnayetti, S.E., M.M
NIDN: 0303036702

Ketua Program Studi Manajemen



Ayi Muhyidin, S.E. M.M
NIDN: 0304019004

Wakil Rektor I Bid. Akademik



Dr. Eng. Saiful Anwar S.E., Ak., M.Si.
NIDN: 0319047704

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

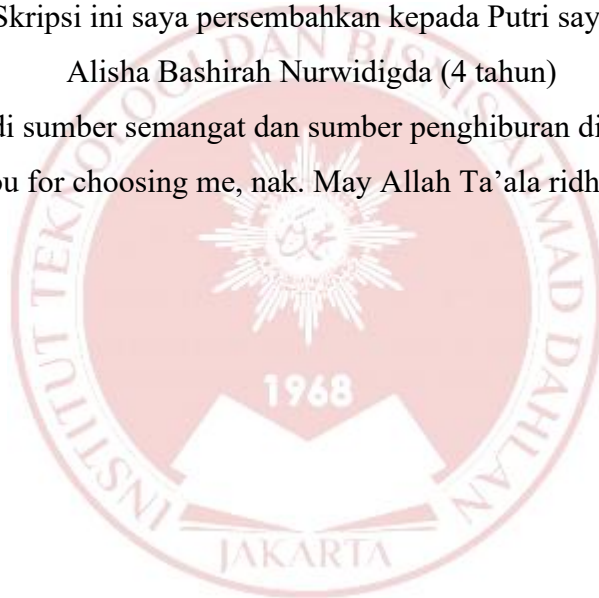
Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Implementasi *Digital Marketing* Melalui Instrumen *Customer Path 5A* Terhadap Layanan Kesehatan Di Siloam International Hospital Lippo Village” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini. Jika di kemudian hari ditemukan unsur plagiarisme dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Jakarta, Februari 2025



Myda Lanniati
NIM: 2161201150

Skripsi ini saya persembahkan kepada Putri saya:
Alisha Bashirah Nurwidigda (4 tahun)
yang menjadi sumber semangat dan sumber hiburan di segala masa.
Thank you for choosing me, nak. May Allah Ta'ala ridho upon us.



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahiim,

ALHAMDULILLAHIROBBIL'ALAMIIN.

Segala puji bagi Allah Subhanawata'ala atas Nikmat, Karunia dan Kasih Sayang-Nya yang masih kami rasakan sampai hari ini. Berkat kasih sayang, petunjuk dan lindungan-Nya yang tak pernah putus, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat dan Salam kepada Junjungan Besar Nabi Muhammad SAW, Keluarga, Sahabat dan Pengikutnya semoga selalu termasuk sebagai umatnya yang mendapat syafaat hingga akhir jaman. Aamiin,

Skripsi yang berjudul: Analisis Implementasi *Digital Marketing* Melalui Instrumen *Customer Path* 5A Terhadap Layanan Kesehatan di Siloam International Hospital Lippo Village disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta. Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberikan arahan, saran dan motivasi kepada penulis selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini.

Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Hj. Ermalina, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing atas bimbingan dan arahannya, serta kepada keluarga, teman dan semua pihak yang telah memberikan dukungan moral maupun materi. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang,

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran.

Tangerang, Februari 2025

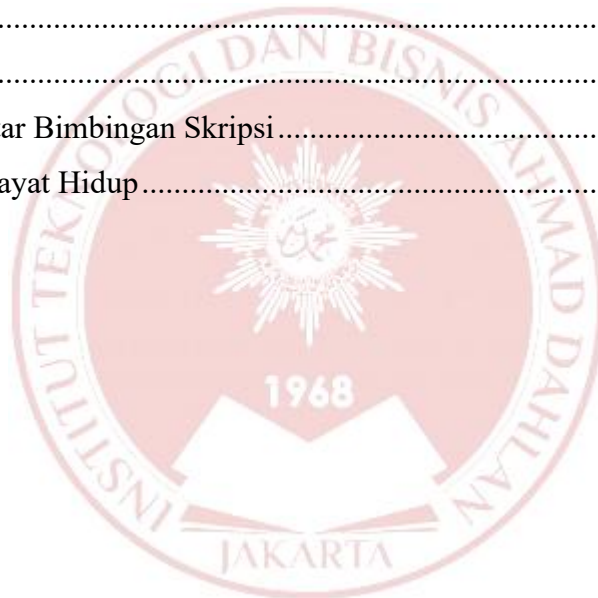
Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	
Halaman Pernyataan Orisinalitas Skripsi	
Halamana Persembahan	
Kata Pengantar	
Abstrak	
Daftar Isi	1-3
Daftar Tabel	4
Daftar Gambar.....	5
Daftar Lampiran.....	6
Bab I: PENDAHULUAN	7-11
1.1. Latar Belakang.....	7-8
1.2. Fokus Penelitian.....	9
1.3. Rumusan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.5.1. Aspek Teoritis.....	10
1.5.2. Aspek Praktisi.....	11
Bab II: TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	12-30
2.1. Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1. Definisi Pemasaran	12
2.1.2. Proses Pemasaran	13
2.1.3. Konsep Pemasaran.....	13
2.1.4. Inti Konsep Pemasaran	14
2.1.4.1. Kebutuhan, Keinginan dan Permintaan	14
2.1.4.2. <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	15
2.1.4.3. Penawaran dan Merek	16
2.1.4.4. Saluran pemasaran.....	17
2.1.4.5. Impresi dan keterlibatan	19
2.1.4.6. Nilai dan kepuasan	20

2.1.4.7.	Lingkungan pemasaran.....	20
2.1.5.	Bauran Pemasaran	21
2.1.6.	<i>Digital Marketing</i>	22
2.1.6.1.	Pengertian Pemasaran <i>Digital</i>	22
2.1.6.2.	Tiga Kekuatan Transformatif	22
2.1.6.3.	<i>Customer Path 5A</i>	23
2.1.7.	Definisi dan Ruang Lingkup Konsumen	26
2.1.8.	Definisi Pelayanan Kesehatan	28
2.2.	Penelitian Terdahulu	29
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	31
Bab III: METODOLOGI PENELITIAN		32-34
3.1.	Desain Penelitian	32
3.2.	Objek dan Waktu Penelitian	32
3.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4.	Teknik Analisis Data.....	33
3.4.1.	<i>Data Condensation</i>	33
3.4.2.	Penyajian Data	33
3.4.3.	Analisis Pola dan Tema	34
Bab IV: HASIL DAN PEMBAHASAN		35-59
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1.	Layanan Unggulan SHLV	35
4.1.2.	Visi Misi dan Nilai.....	36
4.1.3.	Lokasi RS.....	38
4.1.4.	Bentuk dan Badan Hukum.....	38
4.1.5.	Bidang Pekerjaan Perusahaan.....	39
4.1.6.	Struktur Organisasi	41
4.2.	Deskripsi Data.....	42
4.3.	Analisis dan Interpretasi Hasil	43
4.3.1.	Instrumen <i>Digital Marketing</i> dalam <i>Customer Path 5A</i>	43

4.3.1.1. Tahapan Menyadari (<i>Aware</i>).....	43
4.3.1.2. Tahapan Tertarik (<i>Appeal</i>).....	44
4.3.1.3. Tahapan Bertanya (<i>Ask</i>).....	44
4.3.1.4. Tahapan Bertindak (<i>Act</i>).....	45
4.3.1.5. Tahapan Pengajuran (<i>Advocate</i>).....	46
4.3.2. Implementasi <i>Digital Marketing</i> 5A di SHLV	45-65
4.3.3. Hubungan <i>Digital Marketing</i> 5A thdp Pelayanan	65-66
 Bab 5: SIMPULAN DAN SARAN	67-69
5.1. Simpulan	67
5.2. Saran	69
Daftar Pustaka	70
Lampiran 1. Daftar Bimbingan Skripsi.....	72
Lampiran 2. Riwayat Hidup.....	73



DAFTAR TABEL

Tabel 1: Jawaban responden pengguna MySiloam App, *website* dan Informasi yg cari-ditemukan

Tabel 2: Jawaban responden pada aktivitas *online*

Tabel 3: Pengalaman *offline* responden

Tabel 4: Hasil pengalaman *offline* responden 3

Tabel 5: Saran Responden



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. Proses Pemasaran
- Gambar 2. Konsep Pemasaran
- Gambar 3. Integrasi Bauran Pemasaran
- Gambar 4. Perubahan peran dari pemasaran tradisional dan digital
- Gambar 5: *Model Customer Path 5A-1*
- Gambar 6: *Model Customer Path 5A-2*
- Gambar 7: Proses Pengambilan Keputusan Konsumen
- Gambar 8: Kerangka Pemikiran
- Gambar 9: Teknik Analisis Data
- Gambar 10: Struktur Organisasi Perusahaan Siloam Hospitals
- Gambar 11. Pengalaman Berkunjung Responden
- Gambar 12: Saluran Komunikasi Pertama
- Gambar 13: *Hierarchy Chart "Appeal"*
- Gambar 14: *Word-cloud* daya tarik responden
- Gambar 15: Hal-Hal dibanding Rs Lain
- Gambar 16: Pencarian Informasi
- Gambar 17: Media Digital Paling Sering
- Gambar 18: Pengalaman *Online* Responden
- Gambar 19: Pengalaman *Offline* Responden
- Gambar 20: Informasi yang didapat Responden Selama Pelayanan
- Gambar 21: *Word-cloud* Rekomendasi Responden
- Gambar 22: Hasil Analisis Nvivo Citra Merek SHLV
- Gambar 23: Pengelompokkan Jawaban Responden
- Gambar 24: *Word-cloud* Kesan Responden

DAFTAR LAMPIRAN

1. Daftar Bimbingan
2. Riwayat Hidup
3. Surat Tugas Dosen Pembimbing Skripsi
4. Surat Tugas Penelitian ITB Ahmad Dahlan Jakarta

Surat Balasan Diterima Penelitian di Siloam International Hospital Lippo Village

