

ABSTRAK

MYDA LANNIATI. NIM: 2161201150. Analisis Implementasi *Digital Marketing* Melalui Instrumen *Customer Path 5A* Terhadap Layanan Kesehatan di Siloam International Hospital Lippo Village. Di bawah bimbingan Hj. Ermalina, S.E., M.M. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *digital marketing* melalui instrumen *customer path 5A* pada layanan kesehatan di Siloam International Hospital Lippo Village (SHLV) dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara dengan 70 responden dan dianalisis menggunakan NVivo 12 Pro. Hasilnya, pada **tahap *Aware***, 99% responden sudah mengenal merek SHLV dan pertama kali menggunakan saluran komunikasi *online* dan media sosial. Di **tahap *Appeal***, responden menilai SHLV lebih unggul dibandingkan rumah sakit lain dalam hal fasilitas, kualitas, dan aksesibilitas, meskipun ada satu responden yang merasa kurang unggul karena rasa malas saat antri. Pada **tahap *Ask***, responden mencari informasi terkait dokter, *review*, fasilitas, dan biaya melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk telepon. Sebagian besar responden menggunakan aplikasi My Siloam dan website SHLV untuk mencari informasi, meskipun satu responden kesulitan menemukan jadwal dokter. Pada **tahap *Act***, Pengalaman *online* mempengaruhi secara signifikan, namun pengalaman *offline* lebih dirasakan positif dengan respons seperti ramah, nyaman, pelayanan baik, dan cepat. Informasi selama perawatan cukup jelas, dan 69 dari 70 responden merasa SHLV memenuhi kebutuhan kesehatan mereka. Pada **tahap *Advocate***, semua responden merekomendasikan SHLV kepada orang lain. Citra utama SHLV yang tercipta di benak responden meliputi kualitas, pelayanan, emosional, fisik, fungsional, sosial, dan simbolis. Secara keseluruhan, responden memberikan kesan baik terhadap pelayanan perawatan dengan beberapa saran untuk peningkatan kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan SDM.

Kata Kunci: *Digital marketing*, *customer path 5A*, layanan kesehatan, Siloam International Hospital, NVivo, pengalaman pelanggan.