Journal of Aafiyah Health Research (JAHR) 2024. Vol. 5, No. 2. Page 382-389
https://doi.org/10.52103/jahr.v5i2.1829
P-ISSN: 2722-4929, E-ISSN: 2722-4945

JOURNAL OF AAFIYAH HEALTH RESEARCH (JAHR)

Publisher: *Postgraduate Program, Universitas Muslim Indonesia*
Journal Homepage:
http://pascaumi.ac.id/index.php/jahr/index

Original Article

Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Klinik Utama DOI 79 Bantayan

Andi Nur Tenri Ratu Palar, *Haeruddin, Een Kurnaesih

Program Magister Kesehatan Masyarakat, Universitas Muslim Indonesia, Makassar, Indonesia

Article History
Received: 01 June 2024
Revised: 01 July 2024
Accepted: 30 July 2024

Keywords: Bauran Pemasaran; Kepuasan Pasien; Rawat Inap; Klinik

Corresponding Author:
E-mail:
haeruddin.eman@umi.ac.id
Address: Jalan. Urip Sumeharjo, No. 5, 90231, Makassar, South Sulawesi, Indonesia

ABSTRAK
Latar Belakang: Adanya persaingan bebas saat ini mengakibatkan organisasi harus dapat bekerja secara lebih efektif dan efisien, sehingga dapat bertahan dan berkembang. Tingkat kepuasan pelayanan sangat dipengaruhi oleh mutu suatu produk (baik berupa barang maupun jasa). Bauran pemasaran pada saat ini merupakan faktor penting untuk dipertahankan dan dikembangkan. Semakin tinggi tingkat persaingan maka diperlukan adanya manajemen untuk melakukan inovasi dalam upaya mempertahankan pelanggannya.
Tujuan: Untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) terhadap kepuasan pasien rawat inap di Klinik Utama Doi 79 Bantayan.
Metode: Rancangan penelitian yang digunakan kuantitatif dengan pendekatan cross sectional study. Populasi pada penelitian ini 148, total sampel sebanyak 108 responden menggunakan teknik pengambilan simple random sampling dengan analisis regresi logistic.
Hasil: Product (pelayanan kesehatan), price (tarif pelayanan), place (lokasi pelayanan), promotion (promosi/pemasaran), people (tenaga kesehatan), physical evidence (sarana fisik) dengan nilai p>0,05 sehingga tidak ada pengaruh terhadap kepuasan pasien di unit rawat inap Klinik Utama DOI 79 Bantayan. Sedangkan variabel process (prosedur pelayanan) dengan nilai p=0,000<0,05 sehingga ada pengaruh terhadap kepuasan pasien di unit rawat inap Klinik Utama DOI 79 Bantayan.

ABSTRACT
Background: The existence of free competition today results in organizations having to be able to work more effectively and efficiently, so that they can survive and develop. The level of service satisfaction is strongly influenced by the quality of a product (both in the form of goods and services). The marketing mix at this time is an important factor to be maintained and developed. The higher the level of competition, the management is required to innovate in an effort to retain its customers.
Objective: To analyze the effect of marketing mix on inpatient satisfaction at the Doi 79 Bantayan Main Clinic.
Method: The research design used was quantitative with a cross sectional study approach. The population in this study was 148, the total sample was 108 respondents using simple random sampling technique with logistic regression analysis.
Results: Product (health services), price (service rates), place (service location), promotion (promotion / marketing), people (health workers), physical evidence (physical facilities) with a value of p>0.05 so that there is no influence on patient satisfaction in the inpatient unit of the DOI 79 Bantayan Main Clinic. While the process variable (service procedure) with a value of p = 0.000 <0.05 so that there is an influence on patient satisfaction in the inpatient unit of the DOI 79 Bantayan Main Clinic.

PENDAHULUAN

Adanya persaingan bebas saat ini mengakibatkan organisasi harus dapat bekerja secara lebih efektif dan efisien, sehingga dapat bertahan dan berkembang. Pada saat ini sektor jasa mempunyai kesempatan berkembang sangat cepat daripada sektor lain. Oleh karena semakin meningkatnya kebutuhan manusia akan jenis dan jumlah jasa. Dimana jasa kesehatan merupakan salah satu sektor jasa yang perkembangannya cukup pesat.(Dahmiri,

The Author(s). This Open Access article is distributed under a creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license

2022). Pelayanan kesehatan harus mampu memberikan produk berupa barang atau jasa berkualitas dan pelayanan yang besar kepada pasien. Dengan demikian kelengkapan peralatan medis dan spesialisasi sumber daya manusia baik dokter maupun perawat merupakan hal terpenting dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Sehingga dapat mencapai kepuasan pasien yang berdampak adanya minat untuk berkunjung kembali jika mengalami masalah kesehatan.(Dian Indraswati et al., 2023).

Tingkat kepuasan pelayanan sangat dipengaruhi oleh mutu suatu produk (baik berupa barang maupun jasa). Ada hubungan yang sangat erat antar mutu produk terhadap kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan akan membeli lebih banyak dan lebih sering, selain itu meraka juga akan merekomendasikan kepada kerabat dan teman-temannya. Kepuasan pasien menjadi tantangan dalam pemberian pelayanan kesehatan saat ini.(Bahri & Patimah, 2023). Untuk memberikan kepuasan kepada pasien, klinik harus menjalankan pelayanan sesuai dengan standar operasional pelayanan yang disesuaikan dengan standar yang telah dibuat oleh klinik tersebut, selain itu disesuaikan dengan harapan pasien. Dimana kepuasan pasien bukan hanya ketika pasien sembuh dari penyakitnya, namun juga dari kualitas memberikan pelayanan yang baik maka kepuasan dan loyalitas pasien akan tercipta. Sehingga pasien akan kembali berobat di klinik tersebut ketika sakit dan akan merekomendasikan kepada orang jika akan berobat.(Arifin Udju et al., 2021).

Adanya BPJS Kesehatan membuat mutu pelayanan yang diberikan pasien sudah ditentukan dan kebanyakan mempengaruhi tingkat kepuasan pasien BPJS. Pasien yang memiliki BPJS sebaiknya lebih memahami tujuan diadakannya BPJS untuk meningkatkan kesehatan warga Indonesia, dimana pemberlakuan peraturan BPJS diberikan secara merata pada seluruh peserta BPJS dengan mutu pelayanan yang sama dengan semua golongan. (Haeruddin et al., 2021). Bauran pemasaran pada saat ini merupakan faktor penting untuk dipertahankan dan dikembangkan. Semakin tinggi tingkat persaingan maka diperlukan adanya manajemen untuk melakukan inovasi dalam upaya mempertahankan pelanggannya. Peran bauran pemasaran saat ini tidak hanya sekedar menyalurkan produk atau jasa kepada pelanggan tetapi juga dari produk atau jasa tersebut memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga akan menarik minat konsumen untuk terus membeli produk dan jasa yang ditawarkan sehingga menghasilkan keuntungan.(Huda & Yuliati, 2022).

Menurut Indriyanti,dkk. bahwa bauran pemasaran 7P berpengaruh terhadap persepsi konsumen, walaupun tidak semua indikator di dalamnya berkontribusi signifikan. Dengan demikian inilah urgensi penelitian ini untuk melihat konsistensi kesimpulan dari studi yang telah dilakukan lebih dahulu.(Indriyati et al., 2018)
Hasil penelitian Ihsanul Maarif sejalan dengan penelitian Nurmiwiyanti et all, yang menunjukkan hasil adanya hubungan signifikan antara ketersediaan obat terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Ibu dan Anak PKU Muhammadiyah Cipondoh, Tangerang. Dari kesamaan hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa memang ketersedian obat berhubungan dengan kepuasan pasien. Beberapa pasien merasa kurang puas dengan pelayanan diapotik disebabkan karena ketersedian obat yang kurang, pemberian obat pun dibatasi, sehingga pasien dalam waktu yang berdekatan harus kembali melakukan kontrol penyakitnya.(Ihsanul Maarif et al., 2023).

Klinik Utama DOI 79 Bantayan merupakan salah satu klinik di kabupaten bantaeng yang terletak di jalan poros bantaeng. Motto pelayanan yaitu “Kesembuhan Anda Adalah Prioritas Kami”. Klinik Utama Doi 79 Bantanyan berkomitmen menjadi klinik dengan layanan unggulan memberikan pelayanan kesehatan terbaik kepada masyarakat kabupaten bantaeng. Data tahun 2022 kunjungan pasien rawat inap dengan jumlah 1.924 kunjungan, pada tahun 2023 terjadi penurunan jumlah kunjungan pasien rawat inap dengan jumlah 1.786 kunjungan. Menurunnya jumlah kunjungan pasien di unit rawat inap Klinik DOI 79 Bantayan berhubungan dengan pelayanan kesehatan yang diberikan klinik dan bagaimana klinik melayani pasiennya. Sehingga, klinik harus mempertimbangkan ketujuh unsur bauran pemasaran (7P) yaitu product (jenis pelayanan), price (tarif pelayanan), place (lokasi pelayanan), promotion (pemasaran), people (tenaga kesehatan), physical evidence (sarana fisik), dan process (proses/prosedur pelayanan). Karena ini merupakan daya tarik awal yang mempengaruhi perilaku konsumen sebelum melalui berbagai tahapan atau proses sampai akhirnya memutuskan untuk memanfaatkan kembali suatu pelayanan kesehatan.

METODE

Jenis penelitian digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan *cross sectional study*. Penelitian ini dilaksanakan di rawat inap Klinik DOI 79 Bantayan yang berlokasi di Dusun Tanetea, Desa Nipa-Nipa, Kecamatan Pa’jukukang, Kabupaten Bantaeng, Provinsi Sulawesi Selatan. Pengumpulan data dilakukan selama 1 bulan yaitu bulan Juli 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pasien rawat inap Klinik DOI 79

The Author(s). This Open Access article is distributed under a creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license

Bantayan sebanyak 1786 orang dengan sampelnya sebanyak 108 orang. Teknik pengambilan sampel dengan cara *simple random sampling*. Sumber data berasal dari data primer yang diperoleh dari lembar kuesioner dan data sekunder yang diperoleh dari tulisan (dokumentasi) atau laporan kunjungan rawat inap dan beberapa hal yang terkait dengan penelitian ini. Analisis yang digunakan adalah analisis univariat, bivariat dan multivariat.

HASIL

Analisis Univariat

Tabel 1. Karakteristik Responden dan Distribusi Responden Berdasarkan Bauran Pemasaran di Unit Rawat Inap Klinik Utama DOI 79 Bantayan

	n	(%)
Umur		
<20 Tahun	3	2,8
20-30 Tahun	32	29,6
31-40 Tahun	17	15,7
41-50 Tahun	29	26,9
>50 Tahun	27	25,0
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	32	29,6
Perempuan	76	70,4
Pendidikan		
SD	14	13,0
SMP	18	16,7
SMA/SMK	35	32,4
D3	5	4,6
S1	34	31,5
S2	2	1,9
Pekerjaan		
IRT	21	19,4
Berkebun	3	2,8
Petani	11	10,2
Nelayan	7	6,5
Wiraswasta	12	11,1
Pegawai Swasta	12	11,1
Tenaga Honorer	6	5,6
Mahasiswa	8	7,4
Dosen	2	1,9
Pelajar	1	0,9
Polri	3	2,8
PNS	17	15,7
Pensiunan	5	4,6
Product (Produk)		
Cukup	92	85,2
Kurang	16	14,8
Price (Harga)		
Sesuai	108	100
Tidak sesuai	0	0
Place (Tempat)		
Mudah Dijangkau	108	100
Sulit Dijangkau	0	0
Promotion (Promosi)		
Cukup	76	70,4
Kurang	32	29,6
Physical Evidence (Sarana Fisik)		
Cukup	84	77,8
Kurang	24	22,2

The Author(s). This Open Access article is distributed under a creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license

Process (Proses)		
Cukup	98	90,7
Kurang	10	9,3
Kepuasan Pasien		
Puas	101	93,.5
Tidak Puas	7	6,5

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa pada kategori umur diperoleh nilai terendah sebanyak 3 atau 2,8% dengan umur <20 Tahun, sedangkan nilai tertinggi sebanyak 32 atau 29,6% dengan umur 20-30 Tahun. Pada kategori jenis kelamin diperoleh nilai terendah sebanyak 32 atau 29,6% dengan jenis kelamin laki laki, sedangkan nilai tertinggi sebanyak 76 atau 70,4% dengan jenis kelamin laki laki. Pada kategori pendidikan diperoleh informasi bahwa 2 responden ber pendidikan SMA/SMK atau sebesar 1,9% memiliki nilai terendah, sedangkan 35 pasien berpendidikan SMA/SMK atau sebesar 32,4% memiliki nilai tertinggi. Pada kategori pekerjaan diperoleh nilai terendah sebanyak 1 atau 0,9% dengan pekerjaan pelajar sedangkan nilai tertinggi sebanyak 21 atau 19,4% dengan pekerjaan IRT.

Pada bauran pemasaran product (produk) dengan kategori cukup yaitu sebanyak 92 (85,2%) pasien, sedangkan product (produk) dengan kategori kurang yaitu sebanyak 16 (14,8%) pasien di unit rawat inap Klinik Utama Doi 79 Bantayan. Pada bauran pemasaran price (harga) dengan kategori sesuai yaitu sebanyak 108 (100%) pasien, sedangkan price (harga) dengan kategori tidak sesuai yaitu sebanyak 0 (0%) pasien di unit rawat inap Klinik Utama Doi 79 Bantayan. Pada bauran pemasaran place (tempat) dengan kategori mudah dijangkau yaitu sebanyak 108 (100%) pasien, sedangkan place (tempat) dengan kategori sulit dijangkau yaitu sebanyak 0 (0%) pasien di unit rawat inap Klinik Utama Doi 79 Bantayan. Pada bauran pemasaran promotion (promosi) dengan kategori cukup yaitu sebanyak 76 (70,4%) pasien, sedangkan promotion (promosi) dengan kategori kurang 32 (29,6%) pasien di unit rawat inap Klinik Utama Doi 79 Bantayan.

Pada bauran pemasaran people dengan kategori cukup yaitu sebanyak 108 (100%) pasien, sedangkan people dengan kategori kurang yaitu sebanyak 0 (0%) pasien di unit rawat inap Klinik Utama Doi 79 Bantayan. Pada bauran pemasaran physical evidence (sarana fisik) dengan kategori cukup yaitu sebanyak 84 (77,8%) pasien, sedangkan physical evidence (sarana fisik) dengan kategori kurang yaitu sebanyak 24 (22,2%) pasien di unit rawat inap Klinik Utama Doi 79 Bantayan. Pada bauran pemasaran process (proses) dengan kategori cukup yaitu sebanyak 98 (90,7%) pasien, sedangkan process (proses) dengan kategori kurang yaitu sebanyak 10 (9,3%) pasien di unit rawat inap Klinik Utama Doi 79 Bantayan. Pada kepuasan pasien dengan kategori puas yaitu sebanyak 101 (93,5%) pasien, sedangkan kepuasan pasien dengan kategori tidak puas 7 (6,5%) pasien di unit rawat inap Klinik Utama Doi 79 Bantayan.

Analisis Bivariat

Tabel 2. Pengaruh Antara Variabel Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pasien di Unit Rawat Inap Klinik Utama DOI 79 Bantayan

Variabel	Kepuasan Pasien				Total		P *Value*
	Puas		Tidak Puas				
	n	%	n	%	n	%	
***Product* (jenis pelayanan)**							
Cukup	87	80,6	5	4,6	92	85,2	0,277
Kurang	14	12,9	2	1,9	16	14,8	
***Price* (harga)**							
Sesuai	101	93,5	7	6,5	108	100	0,536
Tidak sesuai	0	0	0	0	0	0	
***Place* (tempat / lokasi pelayanan)**							0,311
Mudah Dijangkau	101	93,5	7	6,5	108	100	
Sulit Dijangkau	0	0	0	0	0	0	
***Promotion* (promosi)**							0, 658
Cukup	71	65,7	5	4,6	76	70,4	

The Author(s). This Open Access article is distributed under a creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license

Kurang	30	27,8	2	1,9	32	29,6	
People							
Cukup	101	93,5	7	6,5	108	100	0,658
Kurang	0	0	0	0	0	0	
***Physical evidence* (sarana fisik)**							0,488
Cukup	79	73,1	5	4,6	84	77,7	
Kurang	22	20,4	2	1,9	24	22,3	
***Process* (proses)**							
Cukup	97	89,8	1	0,9	98	90,7	0,000
Kurang	4	3,7	6	5,6	10	9,3	

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa hasil uji chi square diperoleh nilai p-value sebesar 0,277 yang lebih besar dari 0,05 (p-value > 0,05), ini menunjukkan bahwa tidak aada pengaruh signifikan antara product (jenis pelayanan) dengan kepuasan pasien. Hasil uji chi square diperoleh nilai p-value sebesar 0,536 yang lebih besar dari 0,05 (p-value > 0,05), ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara price (harga) dengan kepuasan pasien. Hasil uji chi square diperoleh nilai p-value sebesar 0,311 yang lebih besar dari 0,05 (p-value > 0,05), ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaaruh signifikan antara place (tempat/lokasi pelayanan) dengan kepuasan pasien. Hasil uji chi square diperoleh nilai p-value sebesar 0,658 yang lebih besar dari 0,05 (p-value > 0,05), ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara promotion (promosi) dengan kepuasan pasien. Hasil uji chi square diperoleh nilai p-value sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,658 (p-value > 0,05), ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara people dengan kepuasan pasien. Hasil uji chi square diperoleh nilai p-value sebesar 0,488 yang lebih besar dari 0,05 (p-value > 0,05), ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara physical evidence (sarana fisik) dengan kepuasan pasien. Hasil uji chi square diperoleh nilai p-value sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (p-value < 0,05), ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara process (proses) dengan kepuasan pasien.

Analisis Multivariat

Tabel 3. Parsial dan Pembentukan Model

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Product (Produk)	23.275	5686.225	.000	1	.997	12824008530.000
Price (Harga)	20.122	5256.225	.000	1	.999	12112008530.000
Place (Tempat)	-9.626	7486.920	.000	1	.999	.000
Promotion (Promosi)	44.678	5488.379	.000	1	.994	253083057400000020 00.000
People	1.605	1139. 9	.000	1	.994	12400008530.000
Physical Evidence (Sarana Fisik)	-9.626	7486.920	.000	1	.999	.000
Process (Proses)	108.860	8689.889	.000	1	.990	1.893E+47
Constant	-400.270	33105.684	.000	1	.990	.000

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan hasil pengujian parsial pada setiap variabel bebas pada model regresi logistik yang diperoleh. Pada variabel process (proses) diperoleh nilai p-value sebesar 0.000 yang lebih kecil daripada 0,05 dan nilai exponen beta sebesar 1,893, ini menunjukkan bahwa variabel process (proses) 1,893 kali berpengaruh terhadap terhadap variabel terikat. Sedangkan variabel product (produk), price (harga), place (tempat/lokasi pelayanan), promotion (promosi), people, physical evidence (sarana fisik) memiliki nilai p-value yang lebih besar daripada 0,05 sehingga tidak ada pengaruh terhadap kepuasan pasien, tetapi apabila ketujuh variabel tersebut di kaitkan maka akan terdapat pengaruh yang signifikan.

The Author(s). This Open Access article is distributed under a creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license

P-ISSN: 2722-4929, E-ISSN: 2722-4945

PEMBAHASAN

Pengaruh product (jenis pelayanan) terhadap kepuasan pasien

Hasil analisis menunjukkan bahwa *product* (jenis pelayanan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di unit rawat inap Klinik Utama Doi 79 Bantayan. Hal ini dapat diketahui melalui nilai signifikansi (0,277) yang lebih dari 0,05. Artinya, *product* (produk) tidak mempengaruhi kepuasan pasien. Produk terkait fasilitas kesehatan merupakan sesuatu hal yang dapat ditawarkan oleh fasilitas kesehatan agar menarik perhatian, pengguna, konsumsi, atau akuisisi yang mampu memberikan kepuasan keinginan atau kebutuhan dari para pelanggan yang meliputi pelayanan yang diberikan, ketersediaan pemeriksaan dan kesempatan konsultasi dokter, ketersediaan fasilitas penunjang, dan kelengkapan obat-obatan. Tidak sejalan dengan penelitian Andi Sani, dkk. yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara produk terhadap kepuasan pasien di instalasi rawat inap Rumah Sakit Faisal Makassar.

Pengaruh price (tarif pelayanan) Terhadap Kepuasan Pasien

Price yang dimaksudkan disini adalah biaya/tarif yang harus dikeluarkan pasien untuk memperoleh pelayanan meliputi tarif berdasarkan BPJS, proses administrasi, informasi perincian biaya administrasi dan pembayaran melalui debit/kredit di unit rawat inap Klinik Utama DOI 79 Bantayan tidak mempengaruhi kepuasan pasien. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa *price* (harga) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien yang ditunjukkan melalui nilai signifikansi (0,536) yang lebih dari 0,05. Artinya, *price* (harga) di unit rawat inap Klinik Utama Doi 79 Bantayan tidak mempengaruhi kepuasan pasien. Hal ini terjadi kemungkinan karena saat ini sudah berlaku sistem pembiayaan kesehatan hampir merata yang diterapkan oleh pemerintah dengan penggunaan kartu BPJS, sehingga biaya yang dirasakan antara satu pasien dengan pasien lainnya tidak berbeda walaupun status sosial dan pekerjaannya berbeda, karena sistem pembiayaan rumah sakit telah ditanggung oleh BPJS. Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Amin, dkk. yang menemukan bahwa tidak adanya pengaruh price (harga) dengan minat kembali pasien karena dalam penetapan tarif di RSUD Daya kota Makassar telah ditetapkan dalam peraturan Walikota Makassar Nomor 18 Tahun 2016 tentang penetapan tarif layanan kesehatan pada badan layanan umum daerah RSUD Kota Makassar.

Pengaruh place (tempat/lokasi pelayanan) Terhadap Kepuasan Pasien

Place dimaksud dalam penelitian ini adalah tempat penyaluran pelayanan kepada pasien dan masyarakat untuk mendapatkan perawatan meliputi kemudahan akses lokasi dan jarak di unit rawat inap Klinik Utama Doi 79 Bantayan. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa *place (*tempat/lokasi pelayanan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien yang ditunjukkan melalui nilai signifikansi (0.311) yang lebih dari 0.05. Artinya, *place (*tempat/lokasi pelayanan) di unit rawat inap Klinik Utama Doi 79 Bantayan tidak mempengaruhi kepuasan pasien. Tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Rahmat dkk. menunjukkan bahwa ada pengaruh yang nyata dan positif antara place terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit.

Pengaruh promotion (pemasaran) Terhadap Kepuasan Pasien

Promosi di klinik merupakan upaya yang dapat dilakukan agar pasien tahu tentang jenis pelayanan yang ada di rumah sakit, pasien termotivasi untuk menggunakannya, dan pasien kemudian benar- benar menggunakannya. Analisis yang telah dilakukan memberikan hasil bahwa *promotion (*pemasaran*)* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini ditunjukkan melalui nilai signifikansi (0,658) yang lebih 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *promotion (*pemasaran*)* tidak mempengaruhi kepuasan pasien. Hal ini bisa saja terjadi dikarenakan informasi mengenai pelayanan di klinik telah diketahui oleh sebagian besar pasien tanpa harus adanya promosi yang dilakukan oleh pihak klinik. Informasi mengenai berbagai jenis pelayanan bisa didapatkan pasien dari berbagai sumber seperti bertanya langsung dan adanya kerabat pasien yang bekerja di klinik, sehingga secara tidak langsung promosi yang dilakukan pihak Klinik Utama Doi 79 Bantayan tidak mempengaruhi kepuasan pasien. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfianti, K. R, dkk. yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara bauran pemasaran promosi dengan minat kembali pasien.

The Author(s). This Open Access article is distributed under a creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license

P-ISSN: 2722-4929, E-ISSN: 2722-4945

Pengaruh people (tenaga kesehatan) Terhadap Kepuasan Pasien

People adalah upaya untuk meningkatkan perilaku efektif karyawan dan departemen klinik yang dapat menarik pelanggan. Oleh karena itu rekrutmen, seleksi, pelatihan dan motivasi, serta manajemen sumber daya manusia merupakan strategi untuk meningkatkan perilaku efektif. Analisis yang telah dilakukan memberikan hasil bahwa *people* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini ditunjukkan melalui nilai signifikansi (0,658) yang lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *people* tidak mempengaruhi kepuasan pasien. Tidak sejalan dengan penelitian Ria Asriani yang menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan people terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Tenriwaru. Penelitian tersebut menunjukkan tenaga kesehatan meningkatkan kemampuan dan keterampilannya dalam memberikan pelayanan kesehatan karena perannya yang langsung berinteraksi dengan pasien.

Pengaruh physical evidence (sarana fisik) Terhadap Kepuasan Pasien

Lingkungan fisik adalah keadaaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana klinik tempat beroperasinya jasa. Karakteristik lingkungan fisik merupakan segi paling nampak kaitannya dengan situasi. Yang dimaksud dengan situasi ini adalah dituasi dan kondisi geografi dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca, pelatakan, dan layout yang nampak atau lingkungan yang penting sebagai obyek stimuli.
Analisis yang telah dilakukan memberikan hasil bahwa *physical evidence* (sarana fisik) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini ditunjukkan melalui nilai signifikansi (0,488) yang lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *physical evidence* (sarana fisik) tidak mempengaruhi kepuasan pasien. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Faridah yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh physical evidence dengan kepuasan pasien di RSUD Tenriawaru Bone.

Pengaruh process (proses pelayanan) Terhadap Kepuasan Pasien

Proses merupakan gabungan semua aktifitas umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas, dan hal-hal rutin dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.
Analisis yang telah dilakukan memberikan hasil bahwa *process* (proses pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini ditunjukkan melalui nilai signifikansi (0,000) yang kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *process* (proses pelayanan) mempengaruhi kepuasan pasien. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Safi dan Sulistiadi, yang menyatakan bahwa proses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di instalasi rawat inap Rumah Sakit Muhammadiyah Ahmad Dahlan Kediri.

Pengaruh Variabel Independen Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pasien

Analisis regresi menunjukkan adanya perbedaan pengaruh antar variabel bebas terhadap kepuasan pasien. Pada variabel *process* (proses) diperoleh nilai p-value sebesar 0.000 yang lebih kecil daripada 0,05 dan nilai exponen beta sebesar 1,893, ini menunjukkan bahwa variabel *process* (proses) 1,893 kali berpengaruh terhadap terhadap variabel terikat. Sedangkan variabel product (produk), *price* (harga), *place (*tempat/lokasi pelayanan*), promotion (*promosi*), people, physical evidence* (sarana fisik) memiliki nilai p-value yang lebih besar daripada 0,05 sehingga tidak ada pengaruh terhadap kepuasan pasien, tetapi apabila ketujuh variabel tersebut di kaitkan maka akan terdapat pengaruh yang signifikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka disimpulkan bahwa:

1. Product (produk) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien di unit rawat inap Klinik Utama Doi 79 Bantayan.
2. Price (harga) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien di unit rawat inap Klinik Utama Doi 79 Bantayan.
3. Place (tempat/lokasi pelayanan) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien di unit rawat inap Klinik Utama Doi 79 Bantayan.
4. Promotion (promosi) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien di unit rawat inap Klinik Utama Doi 79 Bantayan.

The Author(s). This Open Access article is distributed under a creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license

5. People tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien di unit rawat inap Klinik Utama Doi 79 Bantayan.
6. Physical evidence (sarana fisik) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien di unit rawat inap Klinik Utama Doi 79 Bantayan.
7. Process (proses) berpengaruh terhadap kepuasan pasien di unit rawat inap Klinik Utama Doi 79 Bantayan.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin Udju, Petrus Romeo, & Yoseph Kenjam. (2021). The Correlation between Marketing Mix and Customer Satisfaction in the General Poly Unit at Bhayangkara Hospital, Kupang. *Journal of Community Health*, *3*(3), 103–113. https://doi.org/10.35508/ljch

Astuti Oktaliana, & Leonard Adrie Manafe. (2021). Penerapan Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Kepuasan Pasien Klinik/Praktik Bersama 24 Jam dr.Hadi Susanto. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.

Bahri, M. Y., & Patimah, S. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Pasien di Unit Rawat Inap Rumah Sakit Umum Daerah Arifin Nu'mang. *Journal of Muslim Community Health*, *4*(4), 180–191.

Dahmiri. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran, Pemasaran Internal dan Orientasi Konsumen Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Daerah H.Abdul Manap Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, *11*(01).

Danang Sunyoto, & Fathonah Eka Susanti. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Center for Academic Publishing Service (CAPS).

Dian Indraswati, Haeruddin, & Andi Asrina. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelayanan dan Minat Berkunjung Kembali Pasien Umum di Rawat Jalan RSUD Labuang Baji Makassar Tahun 2022. *Journal of Muslim Community Health (JMCH)* , *4*(3), 211–221. https://doi.org/10.52103/jmch.v4i3.1154

Ela Elliyana, & dkk. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Penerbit Ahli Media Press. www.ahlimediapress.com

Fandy Tjiptono, & Anastasia Diana. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan* (Edisi I). Penerbit Andi .

Haeruddin, Khidri Alwi, & Umriani Syamsuddin. (2021). Pengaruh Mutu Pelayanan Kesehatan terhadap Kepuasan dan Minat Kembali di RSUD Haji Makassar. *Jurnal Kesehatan*, *Vol.4 No.3*.

Huda, S., & Yuliati, A. (2022). Analysis of The Relationship of Mix Marketing with Patient Loyalty and Satisfaction In Hospital. *Eduvest-Journal of Universal Studies*, *2*(4), 630–635. http://eduvest.greenvest.co.id

Ibrahim Daud. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Pertama). Indomedika Pustaka. www.indomediapustaka.com

Ihsanul Maarif, Haeruddin, & Sumiaty. (2023). Hubungan Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Pasien. *Journal of Muslim Community Health (JMCH)*, *4*(2), 79–88. https://doi.org/10.52103/jmch.v4i2.1206

Ilham Happy Ramadhan, & Sandi Eka Suprajang. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien di Klinik Mitra Husada Kecamatan Wates Kabupaten Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, *3*(2), 138–148.

Indriyati, I. N., Daryanto, A., & Oktaviani, R. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Persepsi Konsumen PT Home Credit Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. https://doi.org/10.17358/jabm.4.2.261

Olvin, Jasmin Abbas, Een Kurnaesih, Reza Aril Ahri, Fairus Prihatin Idris, & Andi Muhammad Multazam. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Minat Kunjungan Ulang Pasien Rawat Inap di RSUD Tenriawaru Bone. *Journal of Muslim Community Health (JMCH)*, *4*(3), 52–69. https://doi.org/10.52103/jmch.v4i3.1124

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2014 Tentang Klinik. (n.d.).

Philip Kotler, & Gary Armstrong. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.

The Author(s). This Open Access article is distributed under a creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license