Journal of Muslim Community Health (JMCH) 2022. Vol. 4, No. 4. Page 157-170
https://doi.org/10.52103/jmch.v4i4.1396
OPEN ACCESS
E-ISSN 2774-4590

JOURNAL OF MUSLIM COMMUNITY HEALTH (JMCH)

Penerbit: Program Pascasarjana Kesehatan Masyarakat
Universitas Muslim Indonesia
Journal Homepage:
https://pasca-umi.ac.id/index.php/jmch

Original Article

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Memilih Rawat Jalan di RSIA Malebu Husada Tahun 2022

Musyarrafah Sukman, Haeruddin, Sumiaty

Universitas Muslim Indonesia, Makassar, Indonesia

**Email corresponding author: haeruddin@umi.ac.id*

ABSTRACT
Background: As a health care facility needed by the community, hospitals must be ready and agile to adapt to changes in the number and type of patients who come. This study aims to analyze the effect of the marketing mix on outpatient decisions at Malebu Husada Hospital.
Method: This type of research is observational with a cross sectional study design. The population of this study was 1,053 patients and a sample of 100 patients selected by proportionate stratified random sampling. The collected data were analyzed using chi square test and binary logistic regression test.
Results: Most respondents were aged 17-35 years (61%), female (79%), college graduates (41%), and private employees (31%). The results of the chi square test analysis show that there is a relationship between marketing mix variables and patient decisions. The results of binary logistic regression analysis show that there are several variables that have no effect on patient decisions. Partially, there is no effect of medical services (p=0.329), supporting services (p=0.055), tariff suitability (p=0.062), payment method (p=0.711), access (easy to reach) (p=0.170), security (p=0.346), comfort (p=0.907), appearance (p=0.307), competence (p=0.923), service procedures (p=0.928), good facilities (p=1. 000), adequate building (p=0.240), attractive building (p=0.193). Variables that have an influence are advertising (p=0.000), responsiveness (p=0.008), suitability of time standards (p=0.005) on outpatient decisions. Simultaneously, the most influential marketing mix variable is responsiveness.
Conclusions: The most dominant factor influencing the marketing mix is responsiveness. It is recommended that Malebu Husada Hospital be more disciplined in organizing the work schedule of health workers so that patients do not wait long to get health services.

Keywords: *Marketing Mix; Patient Decision; Hospital*

ABSTRAK
Latar Belakang: Sebagai fasilitas pelayanan kesehatan yang dibutuhkan masyarakat, rumah sakit harus siap dan lincah beradaptasi dengan perubahan jumlah dan jenis pasien yang datang. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pasien rawat jalan di RSIA Malebu Husada.
Metode: Jenis penelitian ini adalah observasional dengan rancangan cross sectional study. Populasi penelitian ini sebanyak 1.053 pasien dan sampel sebanyak 100 pasien yang dipilih dengan cara proportionate stratified random sampling. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan uji chi square dan uji regresi logistik biner.
Hasil: Sebagian besar responden berusia 17-35 tahun (61%), berjenis kelamin perempuan (79%), pendidikan tamat perguruan tinggi (41%), dan pekerjaan pegawai swasta (31%). Hasil analisis uji chi square menunjukkan bahwa ada hubungan variabel bauran pemasaran dengan keputusan pasien. Hasil analisis regresi logistic biner menunjukkan ada beberapa variabel yang tidak ada pengaruhnya terhadap keputusan pasien. Secara parsial menunjukkan tidak ada pengaruh pelayanan medis (p=0,329), pelayanan penunjang (p=0,055), kesesuaian tarif (p=0,062), cara pembayaran (p=0, 711), Akses (mudah dijangkau) (p=0,170), keamanan (p=0,346), kenyamanan (p=0,907), penampilan (p=0,307), kompetensi (p=0,923), prosedur pelayanan (p=0,928), Fasilitas yang baik (p=1.000), bangunan yang memadai (p=0,240), bangunan yang menarik (p=0,193). Variabel yang memiliki pengaruh adalah periklanan (p=0,000), daya tanggap (p=0,008), kesesuaian standar waktu (p=0,005) terhadap

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

keputusan pasien rawat jalan. Variabel bauran pemasaran secara simultan yang paling berpengaruh adalah daya tanggap.
Kesimpulan: Faktor paling dominan mempengaruhi bauran pemasaran adalah daya tanggap. Direkomendasikan kepada RSIA Malebu Husada lebih disiplin dalam mengatur jadwal kerja tenaga kesehatan sehingga pasien tidak menunggu lama untuk mendapatkan pelayanan kesehatan.

Kata kunci: Bauran Pemasaran; Keputusan Pasien; Rumah Sakit

LATAR BELAKANG

Pada tahun 2013 jumlah rumah sakit sebanyak 2228 meningkat menjadi 2.601 tahun 2016. Jumlah rumah sakit di Indonesia sampai dengan tahun 2016 terdiri dari 2.046 Rumah Sakit Umum (RSU) dan 555 Rumah Sakit Khusus (RSK). Jelas bahwa rumah sakit-rumah sakit di Indoesia mengalami persaingan yang ketat, oleh sebab itu, tidak keliru jika pengelola rumah sakit mulai melirik pemasaran dengan harapan dapat menjawab tantangan-tantagan yang ada (Lestari and Rindu, 2018). Pemasaran terdiri dari tindakan-tindakan yang menyebabkan berpindahnya hak milik atas barang serta jasa dan yang menimbulkan distribusi fisik mereka. Proses pemasaran ini meliputi aspek fisik dan nonfisik, yang menyangkut perpindahan barang-barang ke tempat di mana mereka dibutuhkan merupakan aspek fisik, sedangkan aspek nonfisiknya yaitu para penjual harus mengetahui apa yang diinginkan oleh para pembeli dan pembeli harus pula mengetahui apa yang dijual (Lestari and Rindu, 2018).

Marketing Mix adalah campuran dari variabel-variabel pemasaran yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diiginkan dalam pasar sasaran. Strategi bauran pemasaran dianggap sebagai salah satu konsep inti teori pemasaran. Konsep bauran pemasaran tradisional terdiri dari 4P yaitu *product, price, place, promotion*. Sementara itu untuk pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang diperluas dengan penambahan non tradisional bauran pemasaran yaitu people, physcal evidance, dan process, sehingga menjadi 7 unsur (7P). Masing-masing dari tujuh unsur bauran pemasaran tersebut saling berhubungan dan bergantung satu sama lainnya dan mempunyai suatu bauran yang optimal sesuai dengan karakteristik segmennya (Lestari and Rindu, 2018). Jumlah rumah sakit yang semakin meningkat membuat setiap rumah sakit saling bersaing untuk mendapatkan pelanggan.

Pemasaran harus memperhatikan antara kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan agar tujuan pemasaran tercapai (Hayati et al., 2018). Salah satu solusi terbaik untuk menghadapi globalisasi adalah dengan menyiapkan daya saing yang tinggi melalui kepemimpinan yang memicu pada perubahan dan manajemen yang profesional, manajemen perubahan, peningkatan manajemen mutu, pengembangan sumber daya manusia, sarana dan teknologi, peningkatan kepuasan konsumen, peningkatan budaya organisasi, pemasaran yang efektif dan peningkatan mekanisme serta kegiatan mengantisipasi, memantau dan menganalisis perubahan-perubahan lingkungan yang dampaknya dapat berupa ancaman dan berupa peluang (Fajrini et al., 2020). Dari kacamata atau sudut pandang pasien bauran pemasaran merupakan jalan keluar bagi masalah pasien, biaya yang harus dikeluarkan oleh pasien, memperoleh pelayanan yang menyenangkan, nyaman dan komunikasi yang baik dari rumah sakit terhadap pelanggan (Nasar Radfan, Djumahir, 2015). Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Astrina, 2021) terdapat hubungan bauran pemasaran (marketing mix) RSU Aro Pekalongan terhadap tingkat kunjungan pasien umum rawat jalan tahun 2020 dalam meningkatkan kunjungan pasien rawat jalan.

Kota Makassar sebagai salah satu kota terbesar yang ada di Provinsi Sulawesi Selatan yang memiliki rumah sakit terbanyak yaitu 48 unit terbagi sesuai dengan peruntukannya yaitu rumah sakit umum sebanyak 22 unit, rumah sakit khusus sebanyak 3 unit sedangkan rumah sakit ibu dan anak sebanyak 23 unit, hal tersebut menunjukkan bahwa persaingan rumah sakit untuk meningkatkan pemanfaatan rumah sakit atau pemanfaatan pelayanan yang diberikan rumah sakit sangatlah ketat, dikarenakan meningkatnya pelayanan yang diberikan maka akan berdampak pada pembiyaan yang dikelola oleh rumah sakit (Amin et al., 2018).

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

Journal of Muslim Community Health (JMCH) 2022. Vol. 4, No. 4. Page 157-170
https://doi.org/10.52103/jmch.v4i4.1396
OPEN ACCESS
E-ISSN 2774-4590

RSIA Malebu Husada merupakan salah satu rumah sakit bersalin di Kota Makassar. RS bersalin ini melayani pasien ibu yang akan melahirkan, cek kandungan, pemasangan KB, penanganan bayi prematur dan lainnya bagi warga Kota Makassar. Berdasarkan hasil obsevasi awal yang dilakukan peneliti di RSIA Malebu Husada Kota Makassar memiliki pada pelayanan rawat jalan dokter selalu terlambat 60-120 menit sehingga pasien harus menunggu, tarif tidak sesuai dengan fasilitas dan pelayanan rumah sakit. Pasien tidak diberikan informasi yang dibutuhkan setiap kali bertanya pada petugas pemberi informasi. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pasien memilih rawat jalan di RSIA Melebu Husada tahun 2022.

METODE

Jenis penelitian ini adalah observasional dengan rancangan cross sectional study. Populasi penelitian ini sebanyak 1.053 pasien dan sampel sebanyak 100 pasien yang dipilih dengan cara proportionate stratified random sampling. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan uji chi square dan uji regresi logistik biner.

HASIL

Analisis Univariat

Tabel 1. Distribusi Karakteristik Pasien di Instalasi Rawat Jalan RSIA Melebu Husada Tahun 2023

Karakteristik Pasien	Frekuensi	
	n	%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	21	21
Perempuan	79	79
Kelompok Umur (tahun)		
17-35	61	61
36-65	39	39
Pendidikan		
Tamat SMA	37	37
D3	18	18
S1	44	44
S2	1	1
Pekerjaan		
PNS	6	6
Pegawai Swasta	31	31
Wiraswasta	6	6
IRT	57	57
Pelayanan Medis		
Baik	91	91
Kurang Baik	9	9
Pelayanan Penunjang		
Baik	74	74
Kurang Baik	26	26
Kesesuaian Tarif Dengan Fasilitas		
Sesuai	87	87
Tidak Sesuai	13	13
Cara Pembayaran		
Baik	91	91

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

Kurang Baik	9	9
Periklanan		
Terakses	68	68
Tidak Terakses	32	32
Akses (Mudah Dijangkau)		
Terjangkau	93	93
Tidak Terjangkau	7	7
Keamanan		
Aman	89	89
Tidak Aman	11	11
Kenyamanan		
Nyaman	80	80
Tidak Nyaman	20	20
Penampilan		
Baik	93	93
Kurang Baik	7	7
Kompetensi		
Kompeten	93	93
Tidak Kompoten	7	7
Daya Tanggap		
Tanggap	93	93
Tidak Tanggap	7	7
Prosedur Pelayanan		
Baik	94	94
Kurang Baik	6	6
Kesesuaian Standar Waktu Pelayanan		
Sesuai	84	8
Tidak Sesuai	16	16
Fasilitas yang Baik		
Baik	95	95
Kurang Baik	5	5
Bangunan yang Baik		
Memadai	95	95
Tidak Memadai	5	5
Bangunan Menarik		
Menarik	94	94
Tidak Menarik	6	6
Keputusan Pasien		
Minat	81	81
Kurang Minat	19	19

Sumber : Data Primer 2023

Analisis Bivariat

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

Tabel 2. Hubungan Pelayanan Medis, Pelayanan Penunjang, Kesesuaian Tarif Dengan Fasilitas, Cara Pembayaran, Periklanan, Akses, Keamanan, Kenyamanan, Penampilan, Kompetensi, Daya Tanggap, Prosedur Pelayanan, Kesesuian Standar Waktu Pelayanan, Fasilitas yang Baik, Bangunan yang Memadai dan Bangunan yang Menarik dengan Keputusan Pasien Rawat Jalan Di RSIA Malebu Husada Tahun 2023

Variabel	Keputusan Pasien				Total		P value
	Minat		Kurang minat				
	n	%	n	%	N	%	
Pelayanan Medis							
Baik	76	93,8	5	6,2	81	100	0.042
Kurang Baik	15	78,9	4	21,1	19	100	
Pelayanan Penunjang							
Baik	63	77,8	18	22,2	81	100	0.088
Kurang Baik	11	57,9	8	42,1	19	100	
Kesesuaian Tarif Dengan Fasilitas							
Sesuai	75	92,6	6	7,4	81	100	0.003
Tidak Sesuai	12	63,2	7	36,8	19	100	
Cara Pembayaran							
Sesuai	77	91,5	4	4,9	81	100	0.011
Tidak Sesuai	14	73,7	5	26,3	19	100	
Periklanan							
Terakses	64	79	17	21,0	81	100	0.000
Tidak Terakses	4	21,1	15	78,9	19	100	
Akses (Mudah Dijangkau)							
Baik	79	97,5	2	2,5	81	100	0.002
Kurang Baik	14	73,7	5	26,3	19	100	
Keamanan							
Aman	75	92,6	6	7,4	81	100	0.032
Tidak Aman	14	73,7	5	26,3	19	100	
Kenyamanan							
Nyaman	70	86,4	9	13,6	81	100	0.002
Tidak Nyaman	10	52,6	11	47,4	19	100	
Penampilan							
Baik	79	97,5	2	2,5	81	100	0.002
Kurang Baik	14	73,7	5	26,3	19	100	
Kompetensi							
Kompoten	79	97,5	2	2,5	81	100	0.002
Tidak Kompoten	14	73,7	5	26,3	19	100	
Daya Tanggap							
Tanggap	79	97,5	2	2,5	81	100	0.002
Tidak Tanggap	14	73,7	5	26,3	19	100	
Prosedur Pelayanan							
Sesuai	80	98,8	1	1,2	81	100	0.001
Tidak Sesuai	14	73,7	5	26,3	19	100	
Kesesuian Standar Waktu Pelayanan							

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

Sesuai	75	92,6	6	7,4	81	100	
Tidak Sesuai	9	47,4	10	52,6	19	100	0.000
Fasilitas yang Baik							
Baik	80	98,8	1	1,2	81	100	0.004
Kurang Baik	15	78,9	4	21,1	19	100	
Bangunan yang Memadai							
Memadai	80	98,8	1	1,2	81	100	0.004
Tidak Memadai	15	78,9	4	21,1	19	100	
Bangunan yang Menarik							
Menarik	80	98,8	1	1,2	81	100	0.001
Tidak Menarik	14	73,7	5	26,3	19	100	

Sumber : Data Primer 2023

Analisis Multivariat

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Logistik Biner

Variables in the Equation						
		B	Sig.	Exp(B)	95% C.I.for EXP(B)	
					Lower	Upper
Step 14[a]	Periklanan	3.267	.000	26.222	4.447	154.637
	Daya_Tanggap	3.602	.008	36.676	2.565	524.325
	Kesesuaian_Standar_Waktu_Pelayanan	2.553	.005	12.840	2.186	75.406
	Constant	-13.529	.000	.000		

Tabel 3. Hasil Analisis Uji Omnibus Koefisien Model

Omnibus Tests of Model Coefficients				
		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	8.326	16	.195
	Block	8.326	16	.195
	Model	8.326	16	.195

Tabel 4. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary			
Step	**-2 Log likelihood**	**Cox & Snell R Square**	**Nagelkerke R Square**
1	53.316[a]	.356	.572

a. Estimation terminated at iteration number 20 because maximum iterations has been reached. Final solution cannot be found.

DISKUSI

Pengaruh Pelayanan Medis Terhadap Keputusan Pasien

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

Pelayanan medis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jenis pelayanan yang termasuk dalam jenis pelayanan produk kesehatan yang dapat ditawarkan di instalasi rawat jalan RSIA Malebu Husada yang memberikan nilai dan manfaat yang lebih untuk digunakan sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pasien. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh secara signifikan pelayanan medis terhadap keputusan pasien rawat jalan dengan nilai p 0,329. Jika persepsi pasien terhadap pelayanan medis sesuai dengan harapan yang diberikan oleh rumah sakit, sehingga pasien akan memutuskan untuk berkunjung kembali di rumah sakit tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan penilaian yang baik terhadap pelayanan medis yang ada di RSIA Malebu Husada. Pasien merasa layanan yang diberikan sudah beragam dan menarik, bahkan beberapa menganggap RSIA memiliki layanan yang unggul. Ketika peneliti melakukan pengambilan sampel, beberapa pasien mengaku belum pernah ke RSIA lain dan merasa sudah cukup puas dengan layanan yang diterima di RSIA Malebu. Tidak adanya pengalaman pasien ke rumah sakit lain ini menyebabkan pasien tidak memiliki referensi pembanding. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Idha Ayu Trisno tentang Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih RSU. Bali Royal (Wijayanthi et al., 2020).

Pengaruh Pelayanan Penunjang Terhadap Keputusan Pasien

Pelayanan penunjang yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelanan yang trsedia di rumah sakit Malebu Husada yang tersedia secara lengkap. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh secara signifikan pelayanan penunjang terhadap keputusan pasien rawat jalan dengan nilai p 0,055. Jika persepsi pasien terhadap pelayanan penunjang sesuai dengan ketersediaan fasilitas yang diberikan oleh rumah sakit, maka akan memberikan dampak positif untuk pasien sehingga pasien akan kembali untuk melakukan pengobatan.

Pasien yag menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju pada umumnya merupakan pasien dari poli anak yang dirujuk dari rumah sakit untuk pemeriksaaan radiologi (foto thorax) yang tidak disediakan oleh rumah sakit dan pasien dari poli obgyn sering mengeluhkan tentang keterbatasan obat. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfa tentang Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Rawat Jalan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember (Ulfah et al., 2020).

Pengaruh Kesesuaian Tarif dengan Fasilitas Tehadap Keputusan Pasien

Kesesuaian tarif dengan dengan fasilitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Pemberian fasilitas yang memadai yang disediakan oleh rumah sakit selama pasien melakukan pengobatan. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh secara signifikan kesesuaian tarif dengan fasilitas terhadap keputusan pasien rawat jalan dengan nilai p 0,062. Jika persepsi pasien terhadap kesesuaian tarif dengan fasilitas sesuai dengan harapan yang diinginkan, maka pasien akan memberikan penilaian yang baik dan akan kembali untuk melakukan pengobatan.

Jawaban responden sangat dipengaruhi oleh tingkat ekonomi pasien, pasien dari ekonomi menengah ke atas akan menjawab tarif di RSIA Malebu sudah sesuai, sedangkan untuk pasien dengan Ekonomi rendah akan menjawab tarif di RSIA Malebu cukup mahal. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfa tentang pengaruh persepsi bauran pemasaran terhadap keputusan memilih pasien rawat inap di rumah sakit ibu anak limijati bandung, dimana tidak ada pengaruh signifikan harga (kesesuaian tarif dengan fasilitas) (Sari and Sari, 2021).

Pengaruh Cara Pembayaran Terhadap Keputusan Pasien

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

Cara pembayaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah metode pembayaran yang disediakan oleh rumah sakit baik non tunai maupun tunai. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh secara signifikan cara pembayaran dengan fasilitas terhadap keputusan pasien rawat jalan dengan nilai p 0,711. Jika persepsi pasien terhadap cara pembayaran dengan harapan yang diinginkan, maka pasien akan memberikan penilaian yang baik dan akan kembali untuk melakukan pengobatan. Walaupun RSIA Malebu hanya menyediakan dua acara pembayaran yaitu tunai dan transfer ke rekening rumah sakit, umumnya jawaban responden sudah merasa puas.

Responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju (10 orang) terhadap pertanyaan proses pembayaran yang mudah berharap RSIA menyediakan pembayaran dengan kartu debit sedangkan responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju pada pertanyaan proses pembayaran cepat (9 orang) pernah mengalami kendala jaringan saat melakukan pembayaran via transfer sehingga proses menjadi lebih lama. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Devi Nur Baety tentang Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Keputusan Memilih Layanan kesehatan Pada Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Umum ‘Aisyiyah St. Khadijah Kabupaten Pinrang (Bayty and Ramlan, 2022).

Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pasien

Periklanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah alat pemasaran yang digunakan dalam memberikan informasi kepada calon pengguna jasa. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh secara signifikan periklanan terhadap keputusan pasien rawat jalan dengan nilai p 0,000. Jika persepsi pasien terhadap periklanan sesuai dengan harapan yang diinginkan, maka pasien akan memberikan penilaian yang baik dan akan kembali untuk melakukan pengobatan. Responden atau pasien sangat terbantu dengan media sosial untuk mendapatkan informasi terkait RSIA Malebu Husada.

Tetapi pasien masih merasa papan nama dan sumber informasi dari media cetak seperti brosur, benner, dan poster terkait RSIA Malebu Husada sangat kurang. Berdasarkan pengamatan peneliti, RSIA belum memberikan penunjuk arah dari jalan raya menuju rumah sakit dan belum memperbaharui papan nama dokter yang melakukan praktek. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Sulistiadi tentang Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pasien yang diperoleh dari Tingkat Kunjungan Pasien ke Rumah Sakit (Safi and Sulistiadi, 2020).

Pengaruh Akses (Mudah Dijangkau) Terhadap Keputusan Pasien

Akses (Mudah Dijangkau) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jalan masuk yang diharapkan berada dilokasi strategis dan mudah dijangkau oleh pasien. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh secara signifikan akses (mudah dijangkau) dengan periklanan terhadap keputusan pasien rawat jalan dengan nilai p 0,170. Jika persepsi pasien terhadap periklanan sesuai dengan harapan yang diinginkan, maka pasien akan memberikan penilaian yang baik dan akan kembali untuk melakukan pengobatan. Dari segi lokasi, responden menganggap RSIA Malebu sangat strategis karena berdasarkan demografi mayoritas responden tinggal di kecamatan alamat rumah sakit. Responden merasa parkiran kurang luas karena tempat parkir saat ini hanya di pekarangan rumah sakit. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Azizah tentang Pengaruh Bauran pemasaran terhadap proses keputusan pasien memilih layamam kesehatan (Azizah et al., 2020).

Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pasien

Keamanan adalah keadaan bebas dari bahaya. Rumah sakit adalah fasilitas pelayanan kesehatan dengan mayoritas pengguna jasa yaitu orang yang berada dalam keadaan tubuh tidak sehat sehingga faktor keamanan pasien dinilai penting untuk menunjang keadaan selama di lokasi tersebut. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh secara signifikan keamanan terhadap keputusan pasien

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

rawat jalan dengan nilai p 0,348. Jika persepsi pasien terhadap keamanan sesuai dengan harapan yang diinginkan, maka pasien akan memberikan penilaian yang baik dan pasien akan kembali untuk melakukan pengobatan.

Responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju terhadap kemanan RSIA Malebu Husada menganggap bahwa tempat parkir yang disediakan berada di pinggir jalan menimbulkan kekhawatiran terhadap keamanan kendaraan dan keselamatan diri pada saat turun dari kendaraan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Annisa Amalia tentang Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Pemanfataan Layanan Kesehatan Pada Pasien Rawat Inap Di Rsup Dr. Tadjuddin Chalid Makassar (Haeruddinn, 2022).

Pengaruh Kenyamanan Terhadap Keputusan Pasien

Kenyamanan merupakan hal yang diinginkan pengguna jasa ketika berada di lokasi tempat penyedia jasa. Kenyamanan dan kebersihan turut menentukan kepuasan pasien yang bisa mempengaruhi minat kunjungan berikutnya. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh secara signifikan kenyamanan terhadap keputusan pasien rawat jalan dengan nilai p 0,907. Jika persepsi pasien terhadap kenyamanan sesuai dengan harapan yang diinginkan, maka pasien akan memberikan penilaian yang baik dan pasien akan kembali untuk melakukan pengobatan. Responden menilai bahwa RSIA Malebu Husada bersih sehingga memberikan rasa nyaman. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Talita Devi Astrina tentang Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Tingkat Kunjungan Pasien Umum Rawat Jalan Di Rsu Aro Pekalongan Tahun 2020 (Astrina, 2021).

Pengaruh Penampilan Terhadap Keputusan Pasien

Penampilan merupakan Penampilan diri tentu berkaitan dengan kebersihan tubuh, kerapihan, cara berpakaian dan berdandan hingga bertutur kata. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh secara signifikan penampilan terhadap keputusan pasien rawat jalan dengan nilai p 0,307. Jika persepsi pasien terhadap penampilan sesuai dengan harapan yang diinginkan, maka pasien akan memberikan penilaian yang baik dan pasien akan kembali untuk melakukan pengobatan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh tince yunarwati anin tentang Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Memilih Layanan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Tadjuddin Chalid Makassar (Yunarwati Anin and Abdullah, 2019).

Pengaruh Kompetensi Terhadap Keputusan Pasien

Kompetensi adalah suatu kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan yang didasari atas keterampilan dan pengetahuan, serta didukung oleh sikap yang baik dalam memberikan pelayanan kepada pasien. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh secara signifikan kompetensi terhadap keputusan pasien rawat jalan dengan nilai p 0,923. Jika persepsi pasien terhadap daya tanggap sesuai dengan harapan yang diinginkan, maka pasien akan memberikan penilaian yang baik dan pasien akan kembali untuk melakukan pengobatan.

Sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap keterampilan petugas kesehatan di RSIA Malebu Husada dan memutuskan kembali ke RSIA Malebu Husada karena keterampilan yang dimiliki oleh petugas kesehatan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wiwiek Indriany Sary S tentang Pengaruh Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Kunjungan Ulang Pasien Rawat Jalan di RSUD Regional Provinsi Sulawesi Barat (Wiwiek Indriany Sary S, 2023).

Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Keputusan Pasien

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

OPEN ACCESS
E-ISSN 2774-4590

Daya tanggap merupakan kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh secara signifikan daya tanggap terhadap keputusan pasien rawat jalan dengan nilai p 0.008 Jika persepsi pasien terhadap daya tanggap sesuai dengan harapan yang diinginkan, maka pasien akan memberikan penilaian yang baik dan pasien akan kembali untuk melakukan pengobatan. Mayoritas responden menganggap bahwa semua keluhannya dapat direspon dengan cepat dan tepat oleh petugas kesehatan sehingga membuat responden memutuskan untuk kembali ke RSIA Malebu Husada. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fuji Lestari tentang Hubungan Pemasaran Rumah Sakit (Marketing Mix 7P) terhadap Tingkat Kunjungan Pasien (Lestari and Rindu, 2018).

Pengaruh Prosedur Pelayanan Terhadap Keputusan Pasien

Prosedur pelayanan adalah rangkaian proses atau tata kerja yang berkaitan satu sama lain, sehingga menunjukkan adanya tahapan secara jelas dan pasti serta cara-cara yang harus ditempuh dalam rangka penyelesaian suatu pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh secara signifikan prosedur pelayanan terhadap keputusan pasien rawat jalan dengan nilai p 0, 928. Jika persepsi pasien terhadap prosedur pelayanan sesuai dengan harapan yang diinginkan, maka pasien akan memberikan penilaian yang baik dan pasien akan kembali untuk melakukan pengobatan.

Responden menganggap bahwa prosedur pelayanan mulai dari pendaftaran sampai dengan pengambilan obat berjalan dengan mudah. Tidak ada proses yang dirasa sulit oleh responden dan responden tidak merasa diperlakukan berbeda. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ayyub tentang Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Kembali Pasien Non Asuransi Di Poli Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Daerah Daya Kota Makassar (Amin et al., 2018).

Pengaruh Kesesuaian Standar Waktu Pelayanan Terhadap Keputusan Pasien

Standar waktu pelayanan telah diatur dalam Permenken Nomor 129/MENKES/SK/II/2008 yaitu waktu tunggu pelayanan rawat jalan <60 menit sedangkan menurut Permenkes Nomor 58 Tahun 2014 tentang standar pelayanan kefarmasian, untuk pengambilan obat 15 menit untuk obat non racikan dan 30 menit untuk obat racikan. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh secara signifikan Standar waktu pelayanan terhadap keputusan pasien rawat jalan dengan nilai p 0,005. Jika persepsi pasien terhadap Standar waktu pelayanan dengan harapan yang diinginkan, maka pasien akan memberikan penilaian yang baik dan pasien akan kembali untuk melakukan pengobatan.

Responden merasa bahwa tidak butuh waktu lama untuk mendapatkan pelayanan di RSIA Malebu Husada. Karena responden selalu diinformasikan terkait jadwal oleh petugas kesehatan sehingga lebih sistematis dan lebih efektif. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuli Yasni tentang Hubungan Marketing Mix Terhadap Kunjungan Ulang Pasien (Yasni, 2020).

Pengaruh Fasilitas Yang Baik Terhadap Keputusan Pasien

Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha dan merupakan sarana prasarana yang dibutuhkan dalam melakukan atau memperlancar suatu kegiatan. Fasilitas yang baik tentunya mengurangi hambatan dari berjalan suatu proses kegiatan. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh secara signifikan Fasilitas yang baik terhadap keputusan pasien rawat jalan dengan nilai p 1.000. Jika persepsi pasien terhadap Fasilitas yang baik dengan harapan yang diinginkan, maka pasien akan memberikan penilaian yang baik dan pasien akan kembali untuk melakukan pengobatan.

Beberapa responden menilai bahwa fasiltas (ruang tunggu, toilet, mushollah, dan poli) perlu dilakukan pembaharuan. Misalnya dengan menambahkan peralatan ibadah di mushollah, memberikan

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

pengharum ruangan pada toilet, dan memperbaharui kursi yang terdapat pada ruang tunggu. Sedangkan peralatan yang berada di dalam poli sudah dianggap baik. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Parendreng tentang Kontribusi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Untuk Memilih Layanan Kesehatan Di Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Kolaka Timur (Parendreng, 2019).

Pengaruh Bangunan Yang Memadai Terhadap Keputusan Pasien

Bangunan adalah struktur buatan manusia yang terdiri atas dinding dan atap yang didirikan secara permanen di suatu tempat. Bangunan yang memadai artinya selain Gedung yang kokoh, juga memilik pencahayaan dan sirkulasi udara yang baik terlebih bangunan ini digunakan untuk fasilitas kesehatan. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh secara signifikan bangunan yang memadai terhadap keputusan pasien rawat jalan dengan nilai p 0, 240. Jika persepsi pasien terhadap bangunan yang memadai dengan harapan yang diinginkan, maka pasien akan memberikan penilaian yang baik dan pasien akan kembali untuk melakukan pengobatan.

Responden menilai bahwa bangunan RSIA Malebu Husada masih layak atau kokoh dan memiliki sirkulasi udara yang baik. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dian Insrawati tentang Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelayanan dan Minat Berkunjung Kembali Pasien Umum Di Rawat Jalan RSUD Labuang Baji Makassar Tahun 2022 (Indraswati and Asrina, 2023).

Pengaruh Bangunan Yang Menarik Terhadap Keputusan Pasien

Bangunan yang memiliki penampilan menarik menambah nilai jual dari suatu produk/jasa. Terlebih di zaman media sosial seperti saat ini, tempat yang instagramable mendapatkan peminat tinggi dari berbagai kalangan. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh secara signifikan bangunan yang menarik terhadap keputusan pasien rawat jalan dengan nilai p 0,193 Jika persepsi pasien terhadap bangunan yang menarik dengan harapan yang diinginkan, maka pasien akan memberikan penilaian yang baik dan pasien akan kembali untuk melakukan pengobatan.

Responden menilai tampilan RSIA Malebu Husada menarik didukung dengan pencahayaan juga sangat baik. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Safi'i tentang Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pasien Yang Diperoleh Dari Tingkat Kunjungan Pasien Ke Rumah Sakit: Literature (Safi and Sulistiadi, 2020).

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: 1) Tidak ada pengaruh signifikan antara pelayanan medis, pelayanan penunjang, kesesuaian tarif dengan fasilitas, cara pembayaran, periklanan, akses, keamanan, kenyamanan, penampilan, kompetensi, prosedur pelayanan, fasilitas yang baik, bangunan yang memadai, dan bangunan yang menarik terhadap Keputusan Pasien Memilih Rawat Jalan Di RSIA Melebu Husada Tahun 2022, 2) Ada pengaruh yang signifikan antara daya tanggap dan standar waktu pelayanan terhadap Keputusan Pasien Memilih Rawat Jalan di RSIA Melebu Husada Tahun 2022, 3) Variabel daya tanggap adalah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pasien rawat jalan di RSUD Malebu Husada.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut: 1) Kepada pihak RSIA Malebu Husada untuk mempertahankan dan meningkatkan pelayanan medis dan pelayanan penunjang karena berdasarkan hasil penelitian ini, bahwa persepsi pasien terhadap dua hal tersebut sudah sesuai dengan harapan pasien, 2) Kepada pihak manajemen RSIA Malebu

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

Husada dalam memperbaharui strategi penerapan harga, karena masih terdapat pasien yang menilai biaya yang pasien bayarkan tidak sepadan dengan fasilitas yang diterima. Selain itu untuk dapat mempertahankan dan menambah variasi metode pembayaran walaupun pasien sudah puas dengan cara pembayaran yang sudah tersedia di RISA Malebu Husada saat ini, 3) Kepada pihak RSIA Malebu Husada tidak hanya menyebarluaskan informasi mengenai rumah sakit melalui media social tapi juga memperbaharui papan nama sehingga terlihat jelas, menambah banner, brosur, ataupun poster promosi rumah sakit. Beberapa pasien juga merasa membutuhkan papan penunjuk arah menuju rumah sakit ang biasanya terpasang di sisi jalan raya, 4) Kepada pihak RSIA Malebu Husada lebih meningkatkan keamanan sehingga pasien merasa lebih aman ketika berada dalam lingkungan Rumah Sakit. Seperti adanya penambahan CCTV. Selain itu, memperhatikan Kembali kebersihan dan pengharum ruangan sehingga pasien lebih nyaman dalam menggunakan ruang tunggu, toilet, musholla dan tempat pemeriksaan, 5) Kepada RSIA Malebu Husada lebih disiplin dalam mengatur jadwal kerja tenaga kesehatan sehingga pasien tidak menunggu lama untuk mendapatkan pelayanan kesehatan, 6) Untuk peneliti selanjutnya, agar dapat membuat studi 17P terkait RSIA Malebu Husada serta melakukan penelitian yang lebih fokus terkait kualitas pelayanan di rumah sakit tersebut karena berdasarkan penelitian ini, tidak membahas secara komprehensif terkait kualitas pelayanan dan belum pernah ada penelitian terkait hal tersebut.

Deklarasi *Conflict of Interest*

Seluruh penulis menyatakan tidak ada potensi *Conflict of Interest* dalam penelitian dan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

Amin, M.A., Anwar, Haeruddin, 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Kembali Pasien Non Asuransi di Poli Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Daerah Daya Kota Makassar. Jurnal Mitrasehat 8, 479–488.

Asriyani, R., 2015. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Kepuasan Pasien Di Instalasi Rawat Inap RSUD Tenriawaru Kabupaten Bone. Proceedings of the National Academy of Sciences 3, 1–15.

Astrina, 2021. Kunjungan Pasien Umum Rawat Jalan the Correlation Marketing Mix With Outpatient General Visit Rate in Rsu Aro Pekalongan in 2020 6, 65–74.

Azizah, N., 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Kunjungan Ulang Layanan Kesehatan Di Balkesmas Wilayah Ambarawa. Ilmu Kesehatan Masyarakat.

Azizah, N., Raharjo, B.B., Artikel, I., 2020. HIGEIA JOURNAL OF PUBLIC HEALTH Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Proses Keputusan Pasien Memilih Layanan 4, 189–200.

Bayty, D.N., Ramlan, H., 2022. Layanankesehatan Pada Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Umum ' Aisyiyah St . Khadijah Kabupaten Pinrang. Jurnal Imiah Manusia Dan Kesehatan 5, 1–10.

Dahnial Ramadhana, 2021. Hubungan Kualitas Pelayanan Kesehatan Dengan Kepuasan Pasien Rawat Jalan Selama Pandemi Covid-19 Di Puskesmas Segeri Kabupaten Pangkep 6.

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

Dona rahma, 2019. Pengaruh Mutu Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Surya Insani Pasir Pengaraian Riau, Jurnal Mutiara Kesehatan Masyarakat. 2019; 4 (2): 93 - 100.

Ekawati, S.S., Andriani, H., 2022. Strategi Bauran Pemasaran Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit Yadika Pondok Bambu Pada Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Medika Hutama 3, 1–11.

Fajrini, F., Latifah, N., Herdiansyah, D., Romdhona, N., 2020. Strategi Bauran Pemasaran Rumah Sakit di Era Covid-19 (Study Rumah Sakit X) 19, 113–122.

Haeruddinn, 2022. Hubungan Bauran Pemasaran dengan Pemanfaatan Layanan Kesehatan pada Pasien Rawat Inap di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar 3, 1943–1952.

Hayati, Y.S., Sandra, C., Herawati, Y.T., 2018. Hubungan Antara Bauran Pemasaran Dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Daerah Kalisat Kabupaten Jember Tahun 2017. Ikesma 14, 45. https://doi.org/10.19184/ikesma.v14i1.10406

Indraswati, D., Asrina, A., 2023. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelayanan dan Minat Berkunjung Kembali Pasien Umum Di Rawat Jalan RSUD Labuang Baji Makassar Tahun 2022 4, 211–221.

Lestari, P., Rindu, 2018. Hubungan Pemasaran Rumah Sakit (marketing mix kepuasan pasien 7P) Terhadap Tingakat Kunjungan Pasien. Marketing MIX 05, 02.

Marita, E., 2019. Analisis Pengaruh Bauran Pemsaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Rumah Makan BOOM! Burger Medoho Semarang). Skripsi, Universitas Semarang 1–109.

Midi, H., 2013a. Analisis Strategi Bauran Pemasaran Rumah Sakit Omni Pulomas 2, 1–10.

Midi, H., 2013b. Analisis Strategi Bauran Pemasaran Rumah Sakit Omni Pulomas 2, 1–10.

Nasar Radfan, Djumahir, T.H., 2015. n Di Poliklinik Paru Rumah Sakit Paru Batu. Jurnal Aplikasi Manajemen 13, 220–228.

Parendreng, 2019. Kontribusi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Untuk Memilih Layanan Kesehatan Di Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Kolaka Timur. Jurnal Kesehatan Masyarakat 9, 159–169.

Safi, A., Sulistiadi, W., 2020. Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien yang diperoleh dari tingkat kunjungan pasien ke rumah sakit : Literature Review Effect of Marketing Mix on Patient Satisfaction obtained from the Rate of Patient Visits to the Hospital : Literature Review. Jurnal ARSI 7, 1–9.

Sari, R.P., Sari, I., 2021. Pengaruh Persepsi Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Memilih Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Ibu Anak Limijati Bandung. Jurnal INFOKES (Informasi Kesehatan) 5, 64–73.

Sinabutar, E.R., 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pemanfaatan Ruang Rawat Inap Di Rumah Sakit Islam Malahayati Medan. Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota 1, 82–91.

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

Tafdilla, A.S., 2016. Pengaruh Persepsi Psien Tentang Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pasien Rawat Jalan Memilih Layanan Kesehatan Di Rumah Sakit Umum Daerah Majenang Tahun 2015.

Ulfah, M., Tri Rachmi, A., Yuniarinto, A., 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Rawat Jalan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember. Aplikasi Manajemen 11, 384–391.

Vladimir, V.F., 2010. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Pelayanan Rawat Inap Di Rumah Sakit Ibu Dan Anak Sakina Idaman. Gastronomía ecuatoriana y turismo local. 1, 5–24.

Wahdah, R., 2022. Hubungan Pemasaran Rumah Sakit (Marketing Mix 7p) Terhadap Tingkat Kunjungan Pasien Diabetes Melitus Tipe 2 di Rumah Sakit Umum Daerah Haji Makassar 2003–2005.

Wijayanthi, I.A.T., Giri, M.C.S., Sundari, P., 2020. Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih RSU. Bali Royal. Jurnal Capital Kebijakan ekonomi, manajemen & akutansi 2, 77–92.

Wiwiek Indriany Sary S, 2023. Pengaruh Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Kunjungan Ulang Pasien Rawat Jalan di RSUD Regional Provinsi Sulawesi Barat. Journal of Muslim Community Health (JMCH) 2023 4, 15–29.

Yasni, Y., 2020. Hubungan Marketing Mix Terhadap Kunjungan Ulang Pasien. Molecules 2, 1–12.

Yulia Damayanti Lubis, A.D.F., 2022. Marketing Mix Analysis on Outpatient Satisfaction at Medan Haji General Hospital 3, 16–22.

Yunarwati Anin, T., Abdullah, R., 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Memilih Layanan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Tadjuddin Chalid Makassar. Jurnal Ilmiah Kesehatan Diagnosis 13, 2302–2531.

Zulfitri, Z., 2007. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Umum Rumah Sakit Angkatan Laut Jala Ammari Lantamal.

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