



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 6 Tahun 2024 Page 403-419

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Bauran Pemasaran dan Minat Kembali Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Umum Daerah Andi Djemma Masamba

Ulfa Hi Saman<sup>1✉</sup>, Amran Rajak AM<sup>2</sup>, Nurmiati Muchlis<sup>3</sup>

Universitas Muslim Indonesia

Email: [ulfahisaman07@gmail.com](mailto:ulfahisaman07@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Rumah Sakit Umum Daerah Andi Djemma Masamba. Adalah rumah sakit umum kabupaten luwu utara yang di tetapkan menjadi rumah sakit kelas C. jika di lihat beberapa tahun terakhir, ada kecenderungan jumlah kunjungan pasien umum kelas I dan Vip RSUD Andi Djemma Masamba tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran ( produk, harga, tempat, promosi, pelayanan kesehatan, proses dan bentuk fisik) dan Minat Kembali terhadap Kepuasan pasien umum kelas I dan Vip dalam memanfaatkan layanan yang di sediakan RSUD Andi Djemma Masamba. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan survey, menggunakan instrument penelitian berupa koisoner. sampel di ambil secara Accidental sampling pada bagian rawat inap sebesar 200 responden. Metode analisis yang di gunakan adalah stastical product and service solution (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tujuh variabel independent meliputi produk berpengaruh terhadap kepuasan pasien ( $p$  0,000), harga berpengaruh terhadap kepuasan pasien ( $p$  0,015), promosi berpengaruh terhadap kepuasan pasien ( $p$  0,006), tempat berpengaruh terhadap kepuasan pasien ( $p$  0,001), pelayanan kesehatan berpengaruh terhadap kepuasan pasien ( $p$  0,000) proses berpengaruh terhadap kepuasan pasien ( $p$  0,002), bentuk fisik berpengaruh terhadap kepuasan pasien ( $p$  0,000). Sedangkan kepuasan dengan minat Kembali pasien kelas I dan VIP untuk memanfaatkan ulang dan merekomendasikan pelayanan kesehatan yang ada di RSUD Andi Djemma Masamba berpengaruh positif ( $p$  0,000). Saran pihak manajemen Rumah Sakit dalam membuat keputusan bauran pemasaran agar di posisikan dengan segmen pasar karna unsur unsur bauran pemasaran saling berdampak satu sama lain maka perlu di seimbangkan sehingga saling menguatkan dan mendukung bagian bagian lain dalam bauran pemasaran.

Kata Kunci: *Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Tempat, Promosi, Pelayanan Kesehatan, Proses, Bentuk Fisik, Minat Kembali, Kepuasan*

## Abstract

Public Hospitals of Andi Djemma Masamba District are the public hospital of the northern district of Luwu that is set to be a class C hospital. This research aims to analyze the influence of mixed marketing (products, prices, places, promotions, health care, processes and physical form) and return interest in general satisfaction of patients class I and Vip in the promotion of services provided by RSUD Andi Djemma Masamba. This research is a quantitative research using the survey approach, using the research instrument of coisoner. Samples are taken by accidental sampling in the hospital department of 200 respondents. The analytical method used is statistical product and service solution (SPSS). The results of the research showed that seven independent variables include product influence on patient satisfaction ( $p < 0,000$ ), price influence upon patient satisfying ( $p < 0.015$ ), promotion influence patient content ( $p < 0,006$ ), place influence patients satisfaction ( $p < 0.001$ ), health care influence the patient's satisfaction ( $0,000$ ), process influence of patient satisfactions ( $0.002$ ), physical forms influence satisfaction of patients ( $0.000$ ). Whereas satisfaction with interests Return class I and VIP patients to reuse and recommend health care available at the RSUD Andi Djemma Masamba have a positive influence ( $0,000$ ). Advising the management of the hospital in making the marketing mix decision to be positioned with the market segment because marketing mix elements interact with each other then need to be balanced so that mutually reinforce and support the other parts of marketing mix.

Keywords: *Mixed Marketing, Products, Prices, Places, Promotions, Health Care, Processes, Physical Form, Interest Returns, Satisfaction*

## PENDAHULUAN

Dunia internasional berlomba-lomba untuk meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanan dengan indikator angka harapan hidup, agar ranking kesehatan di negara mereka tidak berada di urutan paling bawah dan bisa dianggap sebagai negara miskin. Data dari *World Health Organization* (WHO), menyebutkan Indonesia sebagai negara yang menduduki posisi ke-4 penduduk terbanyak di dunia. Dengan jumlah penduduk yang padat mengharuskan Indonesia untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan di bidang kesehatan. (Rahmiati, et.al, 2020)

Pemasaran adalah upaya menyinergikan sejumlah kegiatan, yaitu perancangan pelayanan, penetapan tarif/harga, komunikasi atau promosi, dan penyediaan tempat untuk penyelenggaraan pelayanan, dalam satu perangkat yang disebut bauran pemasaran (Hairuddin, et.al, 2018).

Kepercayaan pelanggan terhadap produsen atau penyedia layanan jasa akan meningkatkan nilai hubungan, sehingga kepercayaan merupakan unsur utama dalam menilai kualitas hubungan unsur utama dalam menilai kualitas hubungan penyedia layanan jasa dengan konsumennya. Tingkat kepercayaan yang rendah akan berpengaruh pada

semakin besarnya resiko perpindahan konsumen dari satu penyediaan jasa sat uke penyedian jasa sejenis atau lebih dikenal dengan turn over. Menciptakan kepercayaan pasien jauh lebih penting dari sekedar membangun prasaranan yang lengkap dam saran yang lengkap, mewah dan berteknologi canggih. Tolak ukur utama dalam menilai kualitas rumah sakit nantinya adalah kepuasan konsumen.( Een Kurnaesih et al, 2023)

RSUD Andi Djemma Masamba adalah Rumah Sakit Umum Kabupaten Luwu Utara yang ditetapkan menjadi Rumah Sakit Kelas C. jika dilihat beberapa tahun terakhir, ada kecenderungan jumlah kunjungan pasien umum kelas 1 dan VIP RSUD Andi Djemma Masamba tidak mengalami peningkatan yang signifikan.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan survey, adapun informasi yang di kumpulkan dari responden menggunakan instrument penelitian berupa kuisioner dengan objek pasien di ruangan kelas I dan vip Rumah Sakit Umum Daerah Andi Djemma Masamba. Desain penelitian menggunakan cara survey untuk melihat pengaruh terhadap minat Kembali melalui kepuasan pasien di ruanagan kelas I dan vip pada Rumah Sakit Umum Daerah Andi Djemma Masamba.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### 1. Analisis Univariat

Tabel 1. Distribusi Penilaian Responden terhadap Bauran Produk di RSUD Andi Djemma Masamba

Penilaian responden terhadap Bauran Produk	f	(%)
Produk		
Sangat Tidak Bagus	2	1
Tidak Bagus	51	25.5
Biasa-Biasa Saja	95	47.5
Bagus	41	20.5
Sangat Bagus	11	5.5
Harga		
Sangat Tidak Bagus	1	0.5
Tidak Bagus	34	17.5
Biasa-Biasa Saja	101	50.5

Bagus	58	29
Sangat Bagus	6	3
<hr/>		
Tempat		
Sangat Tidak Bagus	0	0
Tidak Bagus	4	2
Biasa-Biasa Saja	87	44.5
Bagus	92	46
Sangat Bagus	17	8.5
<hr/>		
Promosi		
Sangat Tidak Bagus	0	0
Tidak Bagus	9	4.5
Biasa-Biasa Saja	119	59.5
Bagus	54	27
Sangat Bagus	18	9
<hr/>		
Petugas Kesehatan		
Sangat Tidak Bagus	0	0
Tidak Bagus	11	5.5
Biasa-Biasa Saja	48	24
Bagus	79	39.5
Sangat Bagus	62	31
<hr/>		
Proses		
Sangat Tidak Bagus	1	0.5
Tidak Bagus	8	4
Biasa-Biasa Saja	62	31
Bagus	96	48
Sangat Bagus	33	16.5
<hr/>		
Penampilan Fisik		
Sangat Tidak Bagus	0	0
Tidak Bagus	8	4
Biasa-Biasa Saja	47	23.5
Bagus	109	54.5
Sangat Bagus	36	18
<hr/>		
Total	200	100

Sumber : Daftar Primer 2024

## 2. Analisis Bivariat

### a. Bauran Pemasaran

Bauran Pemasaran	Kepuasan Pasien						P Value
	Puas		Tidak Puas		Jumlah		
	f	%	f	%	f	%	
Kategori Produk							
Tersedia	9	4.5	57	28.5	66	33	0,000*
Tidak Tersedia	5	2.5	34	17	22	19.5	
Kategori Harga							
Sesuai	6	3	58	29	64	32	0,015*
Tidak Sesuai	1	0.5	34	17	18	17.5	
Kategori Tempat							
Nyaman	17	8.5	92	46	109	54.5	0,006*
Tidak Nyaman	0	0	4	2	4	2	
Kategori Promosi							
Terakses	11	5.5	46	23	53	28.5	0,001*
Tidak Terakses	0	0	24	12	24	12	
Kategori Petugas Kesehatan							
Kompoten	62	31	79	39.5	141	70.5	0,000*
Tidak Kompoten	0	0	11	5.5	11	5.5	
Kategori Proses							
Tanggap	24	12	53	26.5	77	38.5	0,002*
Tidak Tanggap	2	1	17	8.5	19	9.5	
Kategori Penampilan Fisik							
Menarik	36	18	109	54.5	145	72.5	0,000*
Tidak Menarik	0	0	8	4	8	4	
Kategori Pelayanan Kesehatan							
Memadai	13	6.5	73	36.5	82	43	0,000*
Tidak Memadai	0	0	10	5	10	5	

Sumber : Daftar Primer 2024

b. Minat Kembali

Bauran Pemasaran	Minat Kembali Pasien						P Value
	Minat		Kurang Minat		Jumlah		
	f	%	f	%	f	%	
Menggunakan Kembali Pelayanan di RSUD Andi Djemma Masamba							
Kurang Minat	57	28.5	9	4.5	66	33	0,000*
Minat	24	12	110	55	134	67	
Merekomendasikan Kepada Keluarga Tentang Pelayanan di RSUD Andi Djemma Masamba							
Kurang Minat	8	4	47	23.5	55	27.5	0,000*
Minat	109	54.5	36	18	145	72.5	
Merekomendasikan kepada Orang Lain tentang pelayanan Di RSUD Andi Djemma Masamba							
Kurang Minat	4	2	17	8.5	21	10.5	0,000*
Minat	87	43.5	92	46	179	89.5	

Sumber : Daftar Primer 2024

Pembahasan

Pengaruh Bauran Harga terhadap Kepuasan Pasien Kelas I dan VIP

Hasil pengujian menyatakan (Produk) berpengaruh positif terhadap Kepuasan pasien . Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0.124 dengan hasil T-Statistics sebesar 0,324 yang lebih besar dari pada 0,124. Hasil *p-value* sebesar 0,000 yang lebih kecil daripada 0,05 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara (Produk) terhadap Kepuasan pasien . Ini menunjukkan bahwa peningkatan Produk meningkatkan Kepuasan pasien secara langsung.

Kinerja produk dalam penelitian ini yang dilihat melalui indikator ketersediaan dokter spesialis, kecanggihan alat dan ketersediaan jenis pelayanan yang dibutuhkan pasien menunjukkan sebagian besar responden (47,5%) menyatakan kinerja produk biasa-biasa saja. Hasil analisis statistik menunjukkan pengaruh langsung kinerja produk terhadap kepuasan pasien sebesar 0,324. Ini berarti bahwa apabila manajemen rumah sakit meningkatkan kinerja produk dari 3 (biasa-biasa saja) menjadi 4 (bagus) akan membawa pengaruh terhadap peningkatan kepuasan pasien sebesar 0,324 (dalam rentang skala 5).

Produk adalah konsep keseluruhan atas objek atau proses yang memberikan berbagai nilai kepada pelanggan. Kotler (1997) produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan dapat memuaskan pasar pelanggan. Produk jasa merupakan rangkaian pemuasan nilai yang kompleks.

Perlu diperhatikan bagi pihak manajemen rumah sakit bahwa semua pelanggan tidak sama terutama permintaan pelanggan terhadap berbagai manfaat, sifat-sifat dan atribut-atribut akan beragam menurut segmen pasar, sehingga dalam mendesain suatu produk pelayanan kesehatan RSUD Andi Djemma Masamba perlu menyesuaikan dengan keinginan dan harapan konsumen yang menjadi target segmentasi pasar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan Nurmiati Muchlis et.al (2023) menunjukkan pengaruh bauran pemasaran produk terhadap kepuasan pasien 0,000. Hasil penelitian dari penelitian ini menunjukkan penilaian yang baik dari pasien terhadap tersedianya pemeriksaan kesehatan yang dibutuhkan dan bermanfaat, kesempatan berkonsultasi terkait penyakit pasien, dan kelengkapan obat-obat di instalasi rawat inap.

#### Pengaruh Bauran Harga terhadap Kepuasan Pasien Kelas I dan VIP

Hasil pengujian menyatakan (Harga) berpengaruh positif terhadap Kepuasan pasien. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0.062 dengan hasil T-Statistics sebesar 0.162 yang lebih besar dari pada 0,062. Hasil *p-value* sebesar 0,015 yang lebih kecil dari pada 0,05 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara (harga) terhadap kepuasan pasien. Ini menunjukkan bahwa peningkatan harga meningkatkan kepuasan pasien secara langsung.

Hasil penilaian menunjukkan bahwa responden terhadap bauran harga diketahui bahwa dari 200 responden yang diteliti, sebagian besar yaitu 101 responden atau 50,5% menyatakan bauran harga RSUD Andi Djemma Masamba biasa-biasa saja.

Kinerja bauran harga dalam penelitian ini yang dilihat melalui indikator harga tindakan medis, harga obat, dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima pasien menunjukkan sebagian besar responden (50,5%) menyatakan kinerja bauran harga biasa-biasa saja. Hasil analisis statistik menunjukkan pengaruh langsung kinerja bauran harga terhadap kepuasan pasien sebesar 0,162. Ini berarti bahwa apabila manajemen rumah sakit meningkatkan kinerja bauran harga dari biasa-biasa saja menjadi bagus akan membawa pengaruh terhadap peningkatan kepuasan pasien sebesar 0,162.

Penentuan harga merupakan titik kritis dalam bauran pemasaran jasa karena harga menentukan pendapatan suatu usaha. Penentuan tarif premium pada saat permintaan tinggi dan tarif diskon pada saat permintaan menurun tidak dapat diterapkan di rumah sakit apalagi RSUD Andi Djemma Masamba, penentuan tarif harus mendapatkan persetujuan dari Peraturan Daerah.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Amin, dkk. yang menemukan bahwa tidak adanya pengaruh price (harga) dengan minat kembali pasien karena ada penetapan tarif

di RSUD Daya Kota Makasar telah di tetapkan peraturan Walikota makasar Nomor 18 Tahun 2016 tentang penetapan tarif leyanan kesehatan pada badan layanan umum daerah RSUD Kota Makasar.

Pengaruh Bauran Promosi terhadap Kepuasan Pasien Kelas I dan VIP

Hasil pengujian menyatakan (Promosi) berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0.461 dengan hasil T-Statistics sebesar 0.574 yang lebih besar dari pada 0,461. Hasil *p-value* sebesar 0,006 yang lebih kecil dari pada 0,05 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara (Promosi) terhadap kepuasan pasien. Ini menunjukkan bahwa peningkatan promosi meningkatkan kepuasan pasien secara langsung.

Kinerja bauran promosi yang dilihat melalui indikator informasi tentang jenis pelayanan yang disediakan RSUD Andi Djemma Masamba, petunjuk prosedur pelayanan di rumah sakit, model promosi yang dijalankan rumah sakit, dan pemberian informasi tentang penyakit pasien yang jelas dan mudah dimengerti menunjukkan sebagian besar responden (59,5%) menyatakan kinerja bauran promosi biasa-biasa saja. Hasil analisis statistik menunjukkan pengaruh langsung kinerja bauran promosi terhadap kepuasan pasien sebesar 0,326. Ini berarti bahwa apabila manajemen rumah sakit meningkatkan kinerja bauran promosi dari biasa-biasa saja menjadi bagus akan membawa pengaruh terhadap peningkatan kepuasan pasien sebesar 0,326.

Hal ini kemungkinan memiliki hubungan dengan rendahnya jumlah kunjungan pasien yang bertempat tinggal jauh dari RSUD Andi Djemma Masamba. Hasil penelitian ini sejalan dengan Safruddin (2007) bahwa bauran promosi berpengaruh terhadap minat pasien untuk menggunakan pelayanan poliklinik medik RSWS Makassar.

Promosi merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun kualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka maka mereka tidak akan pernah membelinya (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Pengetahuan akan suatu produk akan membentuk harapan dalam diri konsumen yang akan mempengaruhi persepsi mereka terhadap pelayanan yang mereka terima. Kalau pelayanan yang mereka dapatkan sesuai atau lebih tinggi dari harapan, mereka akan merasakan kepuasan dan bahkan akan sangat puas. Sebaliknya, kalau pelayanan lebih rendah dari harapan mereka, mereka tentu akan merasa kurang puas atau bahkan kecewa.

Pelanggan yang puas adalah penyebar promosi dari mulut ke mulut yang baik, sedangkan pelanggan yang tidak puas adalah penyebar bau busuk yang efektif. Dari

beberapa survei menunjukkan bahwa responden yang mempunyai kepuasan dengan skor 5 adalah kelompok yang paling banyak memberikan rekomendasi kepada orang lain. Hasil survey di luar negeri, pelanggan yang puas akan menceritakan kepada sekitar 2 – 4 orang. Pelanggan yang tidak puas akan menceritakan kepada sekitar 8 – 12 orang. Kepuasan pelanggan biasanya diukur dengan skala 5 di mana skor 1 adalah sangat tidak puas dan skor 5 adalah sangat puas (Irawan, 2002).

Lebih jauh Irawan menyatakan, pelanggan yang sekadar puas atau dengan skor 4, cenderung loyal tetapi tidak memberikan rekomendasi kepada orang lain. Kelompok yang sangat puas ini (*delighted customer*) ini bertindak bak "nabi". Mereka senang menyebarkan kabar baik untuk perusahaan dengan rasa tulus dan tanpa meminta komisi. Rekomendasi mereka umumnya jauh lebih efektif dari upaya penjualan yang dilakukan oleh tenaga salesman. Sebaliknya, pelanggan yang mempunyai skor 1 atau sangat tidak puas, umumnya bertindak bak "teroris". Untuk memuntahkan kejengkelelannya, mereka tidak henti-hentinya menyebarkan bau busuk. Bahkan, ceritanya sering dibuat lebih negatif dari sebenarnya. Oleh karena itu, penting sekali perusahaan untuk menciptakan nabi sebanyak mungkin dan mengurangi jumlah teroris.

#### Pengaruh Bauran Tempat terhadap Kepuasan Pasien Kelas I dan VIP

Hasil pengujian menyatakan bahwa (Tempat) berpengaruh positif terhadap (Kepuasan Pasien). Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,407 dengan hasil T statistic sebesar 0.987 yang lebih besar daripada 0,407. Hasil p-value sebesar 0.000 yang lebih kecil dari pada 0,05 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara (Tempat) terhadap (Kepuasan Pasien).

Hasil penilaian responden terhadap bauran tempat dapat dilihat di atas diketahui bahwa dari 200 responden yang diteliti, sebagian besar yaitu 92 responden atau 46% menyatakan bauran tempat RSUD Andi Djemma Masamba sudah bagus.

Kinerja bauran tempat dalam penelitian ini yang dilihat melalui indikator kemudahan untuk menjangkau lokasi rumah sakit, tata letak ruangan, dan kenyamanan dalam berobat menunjukkan sebagian besar responden (46%) menyatakan kinerja bauran tempat sudah bagus .

Rifai (2006) melaporkan bahwa bauran tempat berpengaruh terhadap minat pasien untuk menggunakan pelayanan RSUD Lasirrang. Berbeda dengan Safruddin (2007) menemukan bahwa tempat tidak berpengaruh terhadap minat pasien untuk memanfaatkan PKM RSWS Makassar.

Mereka memilih RSUD Andi Djemma Masamba sebagai tempat pelayanan karena lokasi RSUD Andi Djemma Masamba memang lebih mudah mereka jangkau. Hal ini mungkin disebabkan karena pasien yang memanfaatkan pelayanan sebagaimana besar adalah masyarakat yang tinggal disekitar lokasi RSUD Andi Djemma Masamba, sehingga mereka tidak mengalami kesulitan untuk menjangkau lokasi RSUD Andi Djemma Masamba.

Faktor kemudahan untuk menjangkau lokasi inilah yang kemungkinan menyebabkan kurangnya pemanfaatan (*utilisasi*) RSUD Andi Djemma Masamba oleh masyarakat umum yang berada jauh dari lokasi rumah sakit. Lokasi RSUD Andi Djemma Masamba yang berada di sebelah selatan dan utara dilalui kendaraan umum yang cukup jauh menyebabkan akses kerumah sakit menjadi sulit. Akibatnya, masyarakat umum lebih memilih rumah sakit lain yang lebih mudah dijangkau oleh kendaraan umum yang cepat seperti Hikmah Masamba dan RS Hikma Sukamaju.

Tempat atau lokasi merupakan variabel yang menjadi pertimbangan bagi pasien untuk mendapatkan suatu pelayanan. Lokasi juga menjadi pilihan bagi pasien sehingga sedapat mungkin mudah terakses dengan kendaraan umum, mudah dilihat dan letaknya strategis. Penataan tata letak ruangan sebaiknya diusahakan lebih mudah diakses dan tidak membingungkan pasien. Pasien yang datang ke RSUD Andi Djemma Masamba adalah masyarakat yang dekat dengan lokasi rumah sakit atau yang mudah mencapai RSUD Andi Djemma Masamba, dengan demikian masyarakat sekitar wilayah RSUD Andi Djemma Masamba perlu mendapat perhatian khusus dalam menentukan target segmentasi pasar.

Penelitian ini sejalan denganyang dilakukan oleh Nur Rahmat dkk. menunjukkan bahwa ada pengaruh yang nyata dan positif antara *place* terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit.

#### Pengaruh Kelas I dan VIP

Hasil pengujian menyatakan bahwa (Pelayanan Kesehatan) berpengaruh positif terhadap (Minat Kembali) melalui (Kepuasan Pasien). Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,629 dengan hasil T statistic sebesar 1,117 yang lebih besar daripada 0,629 Hasil p-value sebesar 0.000 yang lebih kecil dari pada 0,05 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara (Pelayanan Kesehatan) terhadap (Minat Kembali) melalui (Kepuasan Pasien).

Kinerja bauran petugas kesehatan yang dilihat melalui indikator sikap dokter, ketepatan diagnosa dokter, kecepatan petugas memberikan pelayanan saat dibutuhkan, sikap perawat, dan sikap petugas obat menunjukkan sebagian besar responden (70,5%) menyatakan kinerja bauran petugas sudah bagus, bahkan 31% diantaranya menyatakan

sudah sangat bagus. Hasil analisis statistik menunjukkan pengaruh langsung kinerja bauran petugas terhadap kepuasan pasien sebesar 0,478. Ini berarti bahwa apabila manaje men rumah sakit meningkatkan kinerja bauran promosi dari bagus menjadi sangat bagus akan membawa pengaruh terhadap peningkatan kepuasan pasien sebesar 0,478. Pengaruh bauran petugas terhadap kepuasan pasien ini merupakan sumbangan kedua terbesar dari tujuh unsur bauran pemasaran yang ada.

Hasil penelitian ini sama dengan yang didapatkan Rifai (2006) di RSUD Lasirang. Demikian juga dengan dengan Safruddin (2007), bauran petugas berpengaruh signifikan terhadap minat pasien untuk menggunakan pelayanan polikos metik medik RSWS Makassar.

#### Pengaruh Bauran Proses terhadap Kepuasan Pasien Kelas I dan VIP

Hasil pengujian menyatakan (Proses) berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0.141 dengan hasil T-Statistics sebesar 0.303 yang lebih besar dari pada 0,141. Hasil *p-value* sebesar 0,002 yang lebih kecil dari pada 0,05 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara (proses) terhadap kepuasan pasien. Ini menunjukkan bahwa peningkatan proses meningkatkan kepuasan pasien secara langsung.

Kinerja bauran proses yang dilihat melalui indikator proses administrasi, proses pemeriksaan yang cepat dan tepat, jadwal pelayanan yang tepat waktu, prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit, dan waktu penyiapan obat yang cepat dan tepat menunjukkan sebagian besar responden (64,5%) menyatakan kinerja bauran p roses sudah bagus, bahkan 16,5 % diantaranya menyatakan sudah sangat bagus. Hasil analisis statistik menunjukkan pengaruh langsung kinerja bauran proses terhadap kepuasan pasien sebesar 0,303. Ini berarti bahwa apabila manajemen rumah sakit meningkatkan kinerja bauran proses dari bagus menjadi sangat bagus akan membawa pengaruh te rhadap peningkatan kepuasan pasien sebesar 0,303.

Hasil penelitian ini sama dengan yang didapatkan Adiwijaya (2005), bauran proses berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien untuk memanfaatkan pelayanan rawat jalan di RSWS dan Rifai (2006) mendapatkan bahwa bauran proses juga berpengaruh signifikan terhadap minat pasien untuk memanfaatkan pelayanan di RSUD Lasirang. Berbeda dengan Safruddin (2007), bauran proses tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pasien untuk menggunakan pelayanan polikosmetik medik RSWS Makassar., mungkin karena proses perawatan di polikosmetik medik memang harus membutuhkan proses yang lama.

## Pengaruh Bauran Penampilan Fisik terhadap Kepuasan Pasien Kelas I dan VIP

Hasil pengujian menyatakan (Bentuk fisik) berpengaruh positif terhadap Kepuasan pasien. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0.374 dengan hasil T-Statistics sebesar 0.779 yang lebih besar dari pada 0,374. Hasil *p-value* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari pada 0,05 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara (bentuk fisik) terhadap kepuasan pasien. Ini menunjukkan bahwa peningkatan perhatian individual meningkatkan kepuasan pasien secara langsung.

Kinerja bauran penampilan fisik yang dilihat melalui indikator penampilan dokter, penampilan perawat, kebersihan ruangan/lingkungan rumah sakit, penataan eksterior dan interior ruangan, dan kebersihan dan kesiapan alat yang dipakai menunjukkan sebagian besar responden (72,5%) menyatakan kinerja bauran penampilan fisik sudah bagus, bahkan 18% diantaranya menyatakan sudah sangat bagus. Hasil analisis statistik menunjukkan pengaruh langsung kinerja bauran proses terhadap kepuasan pasien sebesar 0,779. Ini berarti bahwa apabila manajemen rumah sakit meningkatkan kinerja bauran penampilan fisik dari bagus menjadi sangat bagus akan membawa pengaruh terhadap peningkatan kepuasan pasien sebesar 0,779.

Hasil penelitian ini sama dengan yang didapatkan Adiwijaya (2005), bauran bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien untuk memanfaatkan pelayanan rawat jalan di RSWS dan Safruddin (2007), bauran bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap minat pasien untuk menggunakan pelayanan poliklinik medik RSWS Makassar.

Bukti fisik bisa dalam bentuk penampilan staf yang rapi dan menarik, dekorasi internal dan eksternal ruangan yang atraktif serta ruang tunggu yang nyaman (Tjiptono, 2005).

Penilaian yang positif dari pasien terhadap bukti fisik petugas kesehatan RSUD Andi Djemma Masamba memberikan gambaran bahwa RSUD Andi Djemma Masamba aman dan nyaman bagi pasien sehingga membantu tercapainya tujuan RSUD Andi Djemma Masamba yaitu menyelenggarakan jasa pelayanan yang senantiasa berorientasi kepada kepentingan masyarakat.

## Pengaruh Kepuasan terhadap Minat Kembali Pasien

Berdasarkan Tabel 5.20 di atas menunjukkan bahwa 200 Orang sebagai sampel, responden menggunakan kembali pelayanan dengan kurang berminat sebanyak 57 orang (28,5%) dan 9 orang (4,5%). Sedangkan responden menggunakan kembali pelayanan sebanyak 24 orang (12%) dan 110 orang (55%). Berdasarkan analisis *Chi Square* diperoleh nilai  $p=0,000$ . Dengan demikian terdapat pengaruh dari kepuasan terhadap Minat Kembali.

Responden merekomendasikan kepada keluarga tentang pelayanan dengan kurang berminat 8 orang (4%) dan 47 orang (23,5%). Sedangkan responden merekomendasikan kepada keluarga tentang pelayanan sebanyak 109 orang (54,5%) dan 36 orang (18%). Berdasarkan analisis *Chi Square* diperoleh nilai  $p=0,000$ . Dengan demikian terdapat pengaruh dari kepuasan terhadap Minat Kembali .

Responden merekomendasikan kepada Orang Lain tentang pelayanan dengan kurang berminat 4 orang (2%) dan 17 orang (8,5%). Sedangkan responden merekomendasikan kepada orang lain tentang pelayanan sebanyak 87 orang (5%) dan 92 orang (46%). Berdasarkan analisis *Chi Square* diperoleh nilai  $p=0,000$ . Dengan demikian terdapat pengaruh dari kepuasan terhadap Minat Kembali .

Minat untuk menggunakan kembali, menunjukkan bahwa 200 Orang sebagai sampel, responden menggunakan kembali pelayanan dengan kurang berminat sebanyak 1 orang (0,5%) dan 8 orang (4%). Sedangkan responden menggunakan kembali pelayanan sebanyak 24 orang (12%) dan 110 orang (55%). Berdasarkan analisis *Chi Square* diperoleh nilai  $p=0,000$ . Dengan demikian terdapat pengaruh dari kepuasan terhadap Minat Kembali .

minat untuk merekomendasikan pada keluarga Responden merekomendasikan kepada keluarga tentang pelayanan dengan kurang berminat 1 orang (0,5%) dan 34 orang (17%). Sedangkan responden merekomendasikan kepada keluarga tentang pelayanan sebanyak 6 orang (3%) dan 58 orang (29%). Berdasarkan analisis *Chi Square* diperoleh nilai  $p=0,000$ . Dengan demikian terdapat pengaruh dari kepuasan terhadap Minat Kembali .

dan Responden merekomendasikan kepada Orang Lain tentang pelayanan dengan kurang berminat 4 orang (2%). Sedangkan responden merekomendasikan kepada orang lain tentang pelayanan sebanyak 17 orang (8,5%) dan 92 orang (46%). Berdasarkan analisis *Chi Square* diperoleh nilai  $p=0,000$ . Dengan demikian terdapat pengaruh dari kepuasan terhadap Minat Kembali .

Sesuai dengan yang apa yang dinyatakan oleh Irawan (2005), dari beberapa survei menunjukkan bahwa responden yang mempunyai kepuasan dengan skor 5 adalah kelompok yang paling banyak memberikan rekomendasi kepada orang lain. Hasil survey di luar negeri, pelanggan yang puas akan menceritakan kepada sekitar 2 – 4 orang. Pelanggan yang tidak puas akan menceritakan kepada sekitar 8 – 12 orang.

Kita tahu bahwa promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth* ) lebih efektif dibandingkan promosi oleh salesman atau iklan. Lebih jauh Irawan (2005) menambahkan, pelanggan yang puas adalah penyebar promosi dari mulut ke mulut yang baik, sedangkan pelanggan yang tidak puas adalah penyebar bau busuk yang efektif. Irawan melambangkan kelompok yang puas ibarat "nabi", yang senang menyebarkan kabar baik untuk perusahaan

dengan rasa tulus dan tanpa meminta komisi. Sebaliknya, pelanggan yang sangat tidak puas, umumnya bertindak bak "teroris", yang tidak henti-hentinya menyebarkan bau busuk dan bahkan bisa menjelek- jelekan perusahaan.

Untuk itu, penting sekali bagi pihak rumah sakit untuk meningkatkan kepuasan pasiennya, agar tercipta "nabi" sebanyak-banyaknya dan secara tidak langsung akan mengurangi "teroris" bagi rumah sakit itu sendiri. Upaya peningkatan kepuasan pasien dapat disesuaikan dengan kemampuan dan dana rumah sakit. Dengan mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien, pihak rumah sakit tentu bisa melakukan estimasi terhadap perubahan kinerja bauran yang ada dan melakukan prediksi terhadap peningkatan Minat Kembali.

### SIMPULAN

Dari hasil penelitian tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan Minat Kembali pasien Kelas I dan VIP RSUD Andi Djemma Masamba disimpulkan bahwa:

1. Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien *p-value* sebesar (0,000 ) yang artinya produk meningkatkan Kepuasan Pasien secara langsung.
2. Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien *p-value* sebesar 0,015 yang artinya peningkatan harga meningkatkan kepuasan pasien secara langsung.
3. Promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien *p-value* 0,006 peningkatan promosi meningkatkan kepuasan pasien secara langsung.
4. Tempat memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien *p-value* 0,001 yang artinya peningkatan tempat meningkatkan kepuasan pasien secara langsung.
5. Pelayanan Kesehatan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien Pasien *p-value* 0,000 yang artinya peningkatan pelayanan kesehatan meningkatkan kepuasan pasien secara langsung.
6. Proses memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien *p-value* 0,002 yang artinya peningkatan proses meningkatkan kepuasan pasien.
7. Bentuk Fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien *p-value* 0,000 yang artinya peningkatan bentuk fisik meningkatkan kepuasan pasien.
8. Kepuasan dengan minat kembali pasien Kelas 1 dan Vip untuk memanfaatkan ulang dan merekomendasikan pelayanan kesehatan yang ada di RSUD Andi Djemma Masamba memiliki pengaruh signifikan *p-value* 0,000.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amran Razak, et.al, 2021. Pengaruh Citra Rumah Sakit dan Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Melalui Kepuasan Pasien di Rawat Inap RSUD Salewangan Maros. <https://jurnal.yapri.ac.id/index.php/semnassmipt/article/view/262/213>
- Arum Wahyuni Purbohastuti, 2021. Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. , jurnal sains manajemen volume 7 no 1. 1-17.
- Arni Rizqiani et al, 2023. Faktor Yang Berhubungan Dengan Minat Berkunjung Kembali Pada Pasien Di Rsia Permata Hati Makassar Journal,Vol.. 4, No. 6. 974-976. <http://jurnal.fkm.umi.ac.id/index.php/woph/article/view/woph4611>
- Asri Parantri, et.al, 2023. Analisis Pengaruh Faktor Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Manajemen Rumah Sakit: *Systematic Literature Review*. h. 9-10
- Een Kurnaesih et al, 2023. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan minat kunjungan ulang pasien rawat inap di RSUD Tenriawaru Bone . Journal Of Muslim community Health (jmch). Vol.4,No.3. 53 -69. <https://pasca-umi.ac.id/index.php/jmch/article/view/1124>
- Ella Agnes, 2022. Hubungan Kualitas Layanan Dan Citra Rumah Sakit Terhadap Kesiediaan Rekomendasi Pada Pelanggan Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Swasta Di Jakarta. Jurnal Medika Utama, vol 03 No 02, 2277-2283
- Haeruddin, et.al. 2018. Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap minat kembali pasien non asuransi di poli rawat jalan rumah sakit umum daerah daya kota Makassar. *Jurnal Mitrasehat, Volume VIII Nomor 2. 479 – 488.*
- Habel Roy Sulo, et al. (2019) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Instalasi Farmasi Rumah Sakit X Kota Surakarta. Jurnal Ilmiah Manuntung, Vol. 5 No 1. 80.1-9
- Hairuddin, et.al, 2022. Hubungan Kualitas lyanan Dengan Kepuasan Pasien.<https://pasca-umi.ac.id/index.php/jmch>
- Intan Syahdilla et al, 2023. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Sumatera Utara: *Literature Review*. Transformasi Manageria Journal of Islamic Education Management Volume 3 Nomor 2. 429-438
- Intan Permata Sari, et al, 2020. Pengaruh Pengawasan Dan Jaminan Sosial Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Pada Kantor Sentral Pengolahan Pos Palembang, Jurnal Manivestasi, Vol. 2 No.2. 139- 162.
- Johny Urbanus Lesnussa et al, 2023 Pengaruh Sikap dan Kualitas Pelayanan Terhadap

Kepuasan pelanggan. Jurnal aplikasi kebijakan dan public & bisnis, Vol. 4, No. 1. 32-46

Khidri Alwi, et al 2021. Pengaruh Mutu Pelayanan Kesehatan terhadap Kepuasan dan Minat Kembali di RSUD Haji Makassar.  
<http://jurnal.fkmumi.ac.id/index.php/woh/article/view/woh4310>

Kotler, P., 2005, Manajemen Pemasaran, Ed-11, PT Drenhallindo, Jakarta

Kadek Brahma,Shiro Wididana 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Pasien Rumah Sakit Umum Shanti Graha Buleleng Jurnal Ekonomi & Bisnis, Vol. 3, No.1. 79-93

Murtini et al., 2019, Analisa Bauran Pemasaran (7p) Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada HomeIndustry CV Melati Kota Pangkalpinang), jurnal ilmiah progresif manajemen bisnis Vol 6 No 258-268

Nurmiati Muchlis. et al.(2022), Pengaruh Kompetensi, Motivasi dan Kualitas Pelayanan Kesehatan Terhadap Minat Kembali Pasien di RSUD Labuan Baji Makassar.  
<https://pasca-umi.ac.id/index.php/jmch/article/view/983>

Nurhayati N. Dohona . Et, Al.2023. Hubungan Kualitas Pelayanan Kesehatan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pasien Di Rumah Sakit Umum Daerah Banggai Laut. Jurnal Kesehatan Tambusai. Volume 4, Nomor 4, 6164- 6174.

Nisrina,et al, (2020). Hubungan Strategi Pemasaran Dengan Preferensi Pasien Poliklinik Anak Di Rumah Sakit X Medan. Jurnal Kesmas Jambi (JKMJ) *Vol. 4 No. 1 Maret 2020*.

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2018 Tentang Kewajiban Rumah Sakit Dan Kewajiban Pasien

Reza Aril Ahri.,2023 et.al. (2023) "Strategi Peningkatan Kinerja Rumah Sakit Umum Daerah Arifin Nu'Mang Kab. Sidrap" Journal of Muslim Community Health. Vol. 4, No. 3.187-199. <https://doi.org/10.52103/jmch.v4i3.1144>

Rahmiati, et.al .(2020) Hubungan Dimensi Kualitas Pelayanan Dengan Minat Kunjungan Ulang Pasien Di Instalasi Rawat Jalanrumah Sakit Umumkabupaten Tangerang Tahun 2019. Jurnal Kesehatan Vol.13, no.1. 13-21.

Rusmin, et, al 2020. faktor-faktor yang berhubungan dengan minat kunjungan ulang pelayanan antenatal di poliklinik kebidanan rsud syekh yusuf kab. Gowa. Jurnal Kesehatan Vol 13 No 1. 71-77

Sophiana, et al. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Rumah Sakit: Tinjauan Teoritis. Jurnal Ilmiah Kedokteran Dan Kesehatan Klinik Vol 2 No. 2 (2023) – Issn : 2809-235x Eissn : 2809-2090

Sujarweni, V Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Cetakan Ke-1.

Yogyakarta : PT. Pustaka Baru.

- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian kuantitatif dan Kualitatif R & D. Bandung : Alfabeta.
- SB Handayani & Setia Iriyanto, 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tarif Terhadap Kepuasan Serta Implikasinya Terhadap Minat Beli Pasien Rawat Inap Pada Rumah Sakit Roemani Muhammadiyah Semarang. 2-20.
- Tjiptono, Fandy (2017), Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta: Andi
- UU RI, 2009 Undang Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2009
- Th. A. Radito, 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas. Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 11, Nomor 2, 2-26
- Wijaya, S., & Adriansyah, A. A. (2020). Efektivitas Pelaksanaan Marketing Mix 9P Terhadap Kepuasan Pelayanan Klinik Rawat Jalan Rumah Sakit. Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS.Dr. Soetomo, Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS.Dr.Soetomo Vol.6 No.1. 29-42.