Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Rawat Jalan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember

Maria Ulfah
Rumah Sakit Bina Sehat Jember
Asih Tri Rachmi
Magister Managemen Rumah Sakit - Fakultas Kedokteran Universitas Brawijaya Malang
Agung Yuniarinto
Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang

Abstract: *This study aims to figure out the general description of marketing mix including: product, price, place, promotion, people, process and physical evidence, that is related to the decision to utilize outpatient services at Bina Sehat Hospital Jember; besides, this research also aims to figure out both simultaneous and partial influences of marketing mix on the decision to utilize outpatient service of Bina Sehat hospital Jember. The study conducts analytical survey (non experimental) with a cross-sectional approach on 80 patients of polyclinic Bina Sehat hospital Jember. The sample is taken using purposive sampling technique. The Independent variables are product, price, place, promotion, people, process and physical evidence; whereas, the dependent variable is decision to utilize outpatient service at Bina Sehat hospital Jember. The variables are measured by questionnaires instrument. The study is conducted at outpatient polyclinic Bina Sehat hospital Jember. Formerly, before the questionnaire is used, the researcher tests its validity and reliability. The instrument's validity utilizes product moment correlation; while the reliability test uses Cronbach alpha method. The data are analyzed by utilizing multiple linear regression analysis.The study reveals that marketing mix simultaneously and significantly affects the decision of taking outpatient services at Bina Sehat hospital Jember. The* R^2 *is 0.809; it implies that the ability of the independent variables consisting of Products (X1), Price (X2), Place (X3), Promotion (X4), People (X5), Process (X6) and Physical Evidence (X7), is able to explains the variability of dependent variable, which is the decision to utilize outpatient service (Y), as much as 80.9%. The rest, or 19.1%, is explained by other independent variables which are not observed in this study. Product, place, promotion, people and physical evidence affect the decision to utilize services of Bina Sehat hospital; meanwhile, price and process variables do not significantly affect the decision to utilize outpatient services. The dominant dependent variable which affects the decision to utilize outpatient services (Y) is product (X1) as it counts for 29.94%; in addition, the other influence comes from physical evidence (X7) which counts for 18.77%, place (X3) which counts for 14.76 %, promotions (X4) which counts for 12.10%, People (X5) which counts for 9.72%, Process (X6) which counts for 3.94% ,and Price (X2) which counts for 0.55%*

Keywords: *marketing mix, outpatient, hospital*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah: Mengetahui gambaran umum tentang tentang bauran pemasaran yang meliputi: Produk/*product*, harga/*price*, Tempat/*place*, Promosi/*promotion*, Petugas/*people*, Proses/*process* dan Sarana/*physical evidence* terhadap keputusan menggunakan jasa rawat jalan di Rumah Sakit Bina Sehat

Alamat Korespondensi:
Maria Ulfah, Rumah Sakit Bina Sehat Jember

Jember, mengetahui pengaruh bersama-sama bauran pemasaran terhadap keputusan menggunakan jasa rawat jalan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember serta mengetahui pengaruh secara parsial bauran pemasaran terhadap keputusan menggunakan jasa rawat jalan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember. Penelitian dilakukan survei analitik (non eksperimental) dengan pendekatan *cross sectional* pada 80 pasien di Poliklinik rawat jalan rumah sakit Bina Sehat Jember, pengambilan sampel secara *purposive sampling*. Variabel bebasnya adalah Produk/*product*, harga/*price*, Tempat/*place*, Promosi/promotion, Petugas/*people*, Proses/*process* dan Sarana/*physical evidence*, variabel tergantungnya adalah keputusan menggunakan jasa rawat jalan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember, yang diukur dengan instrument kuesioner. Penelitian dilakukan di Poliklinik rawat jalan rumah sakit Bina Sehat Jember. Sebelum digunakan, kuesioner yang merupakan instrumen penelitian ini dilakukan pengujian terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya. Pengujian terhadap validitas instrument tersebut menggunakan korelasi product moment dan uji reliabilitas menggunakan metode alpha cronbach. Data dianalisis menggunakan uji analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa rawat jalan di rumah sakit Bina Sehat Jember. R^2 sebesar 0,809 bahwa kemampuan variabel independen Produk (X1), Tarif (X2), Tempat (X3), Promosi (X4), Petugas (X5), Proses (X6) dan Sarana (X7) untuk mejelaskan variasi pada variabel dependen Keputusan Menggunakan Jasa Rawat Jalan (Y) adalah sebesar 80,9%. Selebihnya, yaitu 19,1% dijelaskan oleh variabel bebas yang lain yang tidak diteliti. Secara parsial variabel poduk, tempat, promosi, petugas dan sarana berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa rawat jalan rumah sakit Bina Sehat, sedangan variabel tarif dan proses tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa. Variabel bebas yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap eputusan menggunakan jasa rawat jalan (Y) yaitu Produk (X1) sebesar 29,94% sedangkan pengaruh berikutnya secara berurutan adalah Sarana (X7) sebesar 18,77%, Tempat (X3) 14,76%, Promosi (X4) 12,10%, Petugas (X5) 9,72%, Proses (X6) 3,94% dan Tarif (X2) 0,55%.

Kata Kunci: bauran pemasaran, rawat jalan, rumah sakit

Sesuai dengan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, tujuan pembangunan kesehatan adalah tercapainya kemampuan hidup sehat bagi setiap penduduk, untuk mewujudkan derajat kesehatan yang optimal sebagai investasi bagi pembangunan sumber daya manusia yang produktif secara sosial dan ekonomis. Untuk mencapai tujuan tersebut diselenggarakan upaya kesehatan yang menyeluruh, terpadu, merata dan dapat diterima serta terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat, dengan peran serta masyarakat sebagai salah satu faktor yang memberikan andil bagi keberhasilan pembangunan kesehatan untuk meningkatkan pengetahuan, kesadaran dan perilaku masyarakat di bidang kesehatan.

Pada dasarnya sistem pelayanan di rumah sakit mengacu pada pelayanan sosial kemanusiaan, maka sampai saat ini banyak masyarakat yang masih menganggap bahwa kegiatan pemasaran atau promosi pada sebuah rumah sakit kurang pantas untuk dilakukan, karena promosi bersifat membujuk serta mengarahkan seseorang agar mengunjungi rumah sakit tertentu. Padahal promosi jika disampaikan dengan jujur dan mendidik, akan bermakna positif.

Rumah Sakit Bina Sehat merupakan satu dari 6 rumah sakit swasta di Kabupaten Jember. Rumah sakit Bina Sehat terletak di jalan Jayanegara No 7 Jember berawal dari sebuah klinik Jamsostek pada tahun 1990-an. Seiring berjalannya waktu yang telah mengalami perkembangan baik dari peningkatan jumlah pasien, pelayanan maupun sumberdaya manusianya, pada tahun 2003, klinik ini berkembang menjadi sebuah rumah sakit dengan pelayanan umum.

Pada tahun 2011 jumlah kunjungan pasien lama menempati urutan tertinggi. Selain itu terdapat peningkatan kunjungan dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2011. Hal ini dapat dikatakan bahwa secara umum loyalitas pasien rawat jalan Rumah Sakit Bina Sehat relatif baik, dibuktikan dengan tingginya kunjungan pasien lama. Dapat dijelaskan pula bahwa jumlah kunjungan pasien baru mengalami penurunan dari tahun 2011. Pada bulan Januari sampai dengan Juni pada tahun 2012 pasien baru mengalami sedikit peningkatan tetapi apabila dibandingkan dengan kunjungan pasien lama, kunjungan pasien baru masih dibawahnya, hal ini membuktikan bahwa Instalasi rawat jalan kurang tumbuh. Dengan permasalahan

tersebut maka Rumah Sakit Bina Sehat selalu berupaya untuk memperbaiki fasilitas, pelayanan serta kegiatan pemasaran yang telah dilaksanakan.

Rumah sakit Bina Sehat dibandingkan dengan rumah sakit swasta lainnya masih relatif baru, dengan perkembangan yang cukup pesat. Pada awal berdiri, Rumah Sakit Bina Sehat target pasarnya adalah menengah kebawah. Setelah dioperasikannya gedung baru pada tahun 2011, pasar menengah keatas juga menjadi target pasar yang cukup penting. Pengembangan layanan ini juga didukung sarana dan prasarana yang memadai. Kualitas jasa pelayanan menjadi masalah yang penting sebagai suatu strategi bersaing dengan rumah sakit lain, dengan harapan bisa mendapatkan pasien sebanyak-banyaknya sehingga tercapainya tujuan rumah sakit.

Melihat banyaknya rumah sakit swasta di Jember maka disadari atau tidak telah terjadi persaingan dalam merebut konsumen, sehingga diperlukan strategi pemasaran jasa rumah sakit yang efektif agar pelanggan yang ada tidak beralih kepada rumah sakit lain. Rumah Sakit Bina Sehat dalam memasarkan produk-produknya, diperlukan suatu pemasaran pelayanan kesehatan yang berisikan tentang fasilitas medik, sarana dan prasarana yang terdapat di rumah sakit. Untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan, maka rumah sakit perlu melakukan beberapa alternative kombinasi promosi yang merupakan bagian dari bauran pemasaran, antara lain penjualan pibadi (*personal selling*), periklanan, publisitas (mass selling), promosi penjualan (*sales promotion*), *public relation* dan penjualan langsung (*direck marketing*). Kelima cara tersebut merupakan Bauran Promosi (*Promotion Mix*).

Bauran pemasaran mempunyai pengaruh yang besar terhadap tindakan konsumen dalam membeli suatu produk jasa. Oleh karena itu perusahaan harus dapat menyesuaikan antara bauran pemasaran dengan kebutuhan dan keinginan konsumen karena dengan memberikan kepuasan lebih kepada konsumen dibandingkan dengan pesaing, maka akan dapat menarik lebih banyak konsumen.

Konsumen dalam melakukan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor yang didasarkan atas ciri atau sifat suatu produk/jasa yang akan dibelinya. Rumah Sakit Bina Sehat berada di pusat kota yang cukup strategis, sementara tarif yang berlaku cukup terjangkau, didukung dengan peralatan modern dan personil yang berkompetensi untuk menunjang pelayanan. Fenomena ini mempengaruhi keputusan pengguna jasa. Namun pada kenyataannya jumlah kunjungan pasien baru menurun pada tahun 2011.

Dilihat dari latar belakang diatas maka peneliti melakukan penelitian tentang: Pengaruh Bauran Pemasaran/*Marketing Mix*: produk/*product*, harga/*price*, tempat/*place*, promosi/*promotion*, petugas/*people*, proses/*process* dan bukti Fisik/*physical evidence* sebagai dasar pertimbangan memilih Rumah Sakit Bina Sehat Jember

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif (non eksperimental) lewat pendekatan *cross sectional*, untuk mengetahui Pengaruh Bauran Pemasaran/*Marketing Mix*: produk/*product*, harga/*price*, tempat/*place*, promosi/*promotion*, petugas/*people*, proses/*process* dan sarana/*physical evidence* sebagai dasar pertimbangan memilih Rumah Sakit Bina Sehat Jember.

Tujuan penelitian ini adalah: Mengetahui gambaran umum tentang tentang bauran pemasaran yang meliputi: Produk/*product*, harga/*price*, Tempat/*place*, Promosi/*promotion*, Petugas/*people*, Proses/*process* dan Sarana/*physical evidence* terhadap keputusan menggunakan jasa rawat jalan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember, mengetahui pengaruh bersama-sama bauran pemasaran terhadap keputusan menggunakan jasa rawat jalan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember serta mengetahui pengaruh *secara parsial* bauran pemasaran terhadap keputusan menggunakan jasa rawat jalan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember.

Populasi penelitian adalah pasien di poliklinik rawat jalan. Sampel dalam penelitian ini adalah pasien yang pada saat dilakukan pengumpulan data terdaftar sebagai pasien baru yang sedang berobat di poliklinik rawat jalan rumah sakit Bina Sehat Jember. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.

Pengukuran variabel berdasarkan persepsi pasien sehingga diperlukan pasien dengan karakteristik tertentu supaya dapat mengukur dengan tepat. Responden merupakan pasien rawat jalan yang sedang

menjalani pengobatan dengan kriteria sebagai berikut: Pasien baru di poliklinik rawat jalan, Pasien dapat berkomunikasi dengan baik, Pasien bersedia mengisi kuesioner, dan Pasien bukan pegawai rumah sakit maupun keluarganya

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada 80 pasien yang ada di poliklinik rawat jalan dengan tujuan untuk mendapatkan fakta-fakta yang berupa pendapat, perasaan, keinginan serta harapan pasien. Kuesioner penelitian ini berisi tentang karakteristik responden, persepsi responden terhadap penelitian dilakukan dengan pendekatan *cross sectional*, pengambilan sampel secara *purposive sampling*. Variabel bebasnya adalah Produk/*product*, harga/*price*, Tempat/*place*, Promosi/*promotion*, Petugas/*people*, Proses/*process* dan Sarana/*physical evidence*, variabel tergantungnya adalah keputusan menggunakan jasa rawat jalan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember, yang diukur dengan instrument kuesioner. Penelitian dilakukan di Poliklinik rawat jalan rumah sakit Bina Sehat Jember. Sebelum digunakan, kuesioner yang merupakan instrumen penelitian ini dilakukan pengujian terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya. Pengujian terhadap validitas instrument tersebut menggunakan korelasi *product moment* dan uji reliabilitas menggunakan metode *alpha cronbach*.

HASIL

Gambaran Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang memanfaatkan pelayanan kesehatan di Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Bina Sehat adalah responden dengan latar belakang pendidikan terbesar adalah Perguruan Tinggi. Pendidikan pasien mempengaruhi pengetahuan pasien atau kemauan pasien untuk mencari informasi.

Rata-rata responden adalah pegawai swasta dan wiraswasta yang mempunyai penghasilan/pendapatan tetap tiap bulannya. Pekerjaan pasien mempengaruhi pendapatan pasien, sehingga mempengaruhi pasien dalam mengambil keputusan untuk memanfaatkan pelayanan yang sesuai dengan kemampuannya.

Sebagian besar responden Rumah Sakit Bina Sehat adalah golongan ekonomi menengah dengan pendapatan 1 juta s/d 2 juta, kondisi ini dapat mempengaruhi keputusan pasien dalam pemanfaatan jasa pelayanan di Rumah Sakit Bina Sehat. Hal ini juga menunjukkan bahwa biaya pelayanan poliklinik di rumah sakit Bina Sehat cukup terjangkau oleh masyarakat dengan pendapatan menengah. Sesuai dengan persepsi masyarakat yang selama ini ada bahwa rumah sakit Bina Sehat merupakan rumah sakit swasta dengan biaya perawatan yang terjangkau oleh semua lapisan masyarakat.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Mode		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistic	
		B	Std. Error	Beta			Zero-orde	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Consta	-1.052	.659		-1.597	.115					
	Produk	.150	.038	.367	3.947	.000	.818	.422	.203	.308	3.249
	Tarif	60E-03	.038	-.014	-.229	.820	.395	-.027	-.012	.743	1.345
	Tempat	.145	.049	.223	2.973	.004	.662	.331	.153	.470	2.128
	Promosi	78E-02	.044	.164	2.006	.049	.738	.230	.103	.397	2.519
	Petugas	90E-02	.030	.150	2.010	.048	.648	.230	.104	.477	2.098
	Proses	18E-02	.030	-.074	-1.070	.288	.529	-.125	-.055	.550	1.819
	Sarana	.175	.044	.265	3.958	.000	.709	.423	.204	.593	1.687

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Lampiran

Tabel 2. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.899[a]	.809	.790	.90862	.809	43.509	7	72	.000	1.322

a. Predictors: (Constant), Sarana, Tarif, Proses, Petugas, Tempat, Promosi, Produk

b. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Lampiran

Hasil uji regresi linier menunjukan bahwa secara bersama-sama variabel Produk (X_1), Tarif (X_2), Tempat (X_3), Promosi (X_4), Petugas (X_5), Proses (X_6) dan Sarana (X_7) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa rawat jalan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember dengan nilai p=0,000.

Dari tabel di atas, maka persamaan regresinya adalah:

$$Y = -1{,}052 + 0{,}150X_1 - 0{,}0086X_2 + 0{,}145X_3 + 0{,}089X_4 + 0{,}060X_5 - 0{,}032X_6 + 0{,}175X_7 + e$$

Berdasarkan analisis yang dilakukan, harga koefisien R^2 hitung (Koefisien Determinasi), yakni sebesar 0,809. Besarnya pengaruh variabel independen dalam penelitian ini adalah sebesar 80,9%, artinya variasi pada variabel dependen Keputusan menggunakan jasa rawat jalan (Y) adalah sebesar 80,9%. Selebihnya, yaitu 19,1% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka variabel bebas yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap Y yaitu Produk (X_1) sebesar 29,94% sedangkan pengaruh variabel berikutnya secara berurutan adalah Sarana fisik (X_7) sebesar 18,77%, Tempat (X_3) 14,76%, Promosi (X_4) 12,10%, Petugas (X_5) 9,72%, Proses (X_6) 3,94% dan Tarif (X_2) 0,55%.

PEMBAHASAN

Hasil dari Uji statistik F menunjukkan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Produk/*product*, harga/*price*, Tempat/*place*, Promosi/*promotion*, Petugas/*people*, Proses/*process* dan Sarana/*physical evidence* terhadap keputusan menggunakan jasa rawat jalan rumah sakit Bina Sehat Jember.

Hasil uji t penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial tidak semua faktor dalam bauran pemasaran yang di teliti yaitu Produk/*product*, harga/*price*, Tempat/*place*, Promosi/*promotion*, Petugas/*people*, Proses/*process* dan Sarana/*physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien menggunakan jasa rawat jalan Rumah Sakit Bina Sehat Jember. Faktor harga dan proses tidak signifikan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa rawat jalan.

Produk rumah sakit, yang meliputi pelayanan dokter umum, kondisi gedung rumah sakit, fasilitas penunjang medis, dokter spesialis yang lengkap dan hal-hal yang berhubungan dengan produk lainnya, mempengaruhi keputusan pasien untuk menggunakan jasa rawat jalan di rumah sakit Bina Sehat. Hasil ini

Tabel 3. Hasil analisis terhadap uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	251.444	7	35.921	43.509	.000[a]
	Residual	59.443	72	.826		
	Total	310.887	79			

a. Predictors: (Constant), Sarana, Tarif, Proses, Petugas, Tempat, Promosi, Produk

b. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Lampiran

Tabel 4. Hasil Analisis Uji F

F_{hitung}	F_{tabel}	Ketarangan
43,51	2,14	$F_{hitung} > F_{tabel}$, Ho ditolak dan Ha diterima Variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.

Sumber: Data diolah

menunjukkan bahwa menurut pasien, hal-hal yang berhubungan dengan tarif rumah sakit Bina Sehat tidak menjadi faktor penentu keputusan mereka. Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan teori ataupun hasil penelitian sebelumnya. Pada penelitian ini secara kebetulan harga tidak ada hubungan dengan keputusan menggunakan jasa rawat jalan di rumah sakit Bina Sehat. Dengan kata lain pasien tidak mempertimbangkan lebih dalam lagi mengenai harga sebelum berobat.

Hasil ini menunjukkan bahwa menurut pasien, hal-hal yang berhubungan dengan tempat di rumah sakit Bina Sehat menjadi faktor penentu keputusan mereka. Lokasi rumah sakit, yang meliputi fasilitas penunjang medis tersedia lengkap, tempat yang nyaman, mudah dijangkau dan area parkir yang cukup luas mempengaruhi keputusan pasien untuk menggunakan jasa rawat jalan di rumah sakit Bina Sehat. Tjiptono (2007) menyatakan bahwa lokasi perusahaan jasa berpengaruh terhadap keputusan pemilihan pembeli.

Promosi rumah sakit, yang meliputi kegiatan bakti sosial operasi gratis, adanya sumber informasi yang lengkap dan kegiatan sehari menjadi dokter kecil mempengaruhi keputusan pasien untuk menggunakan jasa rawat jalan di rumah sakit Bina Sehat. Hasil yang sama dengan penelitian Nawing (2011) yang menyebutkan bahwa terdapat hubungan antara variabel promosi dengan keputusan pasien untuk memanfaatkan pelayanan rawat jalan. Faktor promosi juga ditemukan oleh Simpsin (1992) mempengaruhi niat pembelian konsumen, khususnya varaibel periklanan.

Hasil ini menunjukkan bahwa menurut pasien, hal-hal yang berhubungan dengan petugas rumah sakit Bina Sehat menjadi faktor penentu keputusan mereka. Petugas rumah sakit, dalam hal ini kecepatan dalam melayani, kejelasan dalam memberikan informasi baik oleh petugas farmasi maupun oleh dokter mempengaruhi keputusan pasien untuk menggunakan jasa rawat jalan di rumah sakit Bina Sehat dokter.

Beberapa faktor dalam bauran pemasaran dalam hal ini proses secara parsial ditemukan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa rawat jalan. Hasil yang sama dengan penelitian Nawing (2011) yang menyebutkan bahwa tidak terdapat hubungan antara variabel proses dengan keputusan pasien untuk memanfaatkan pelayanan rawat jalan.

Sarana rumah sakit, meliputi ruang tunggu bersih dan nyaman, kantin tersedia dan mudah dijangkau, toilet bersih dan terawat dan fasilitas pendukung ATM mempengaruhi keputusan pasien untuk menggunakan jasa rawat jalan di rumah sakit Bina Sehat. Sebagai pelayanan jasa, unsur *intengible* tidak dapat dipisahkan dari pelayanan rumah sakit. Sehingga sulit untuk melihat keadaan fisik pelayanan yang akan diberikan. Namun hal ini dapat ditunjang dengan melihat bukti fisik gedung yang baik, gedung yang nyaman dan bersih, dan sebagainya. Walaupun tidak langsung menggambarkan pelayanan kesehatan yang diberikan tetapi dapat mendukung terciptanya *image* dan *mood* yang baik mengenai rumah sakit.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pasien rawat jalan di rumah sakit Bina Sehat sebagian besar memutuskan akan menggunakan pelayanan jasa rawat jalan di Rumah Sakit Bina Sehat dan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung ke Rumah Sakit Bina Sehat . Variabel independen yang terdiri dari tujuh faktor dalam bauran pemasaran (produk, tarif, lokasi, promosi, petugas, proses dan sarana) terbukti berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan menggunakan jasa rawat jalan di rumah sakit Bina Sehat Jember.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari tujuh aspek dalam bauran pemasaran yang diteliti, secara parsial hanya dua faktor yang tidak signifikan berpengaruh

terhadap keputusan menggunakan jasa rawat jalan yaitu tarif dan proses. Produk ditemukan sebagai faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pasien.

Saran

Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai dasar usulan kepada manajemen rumah sakit untuk dasar pengembangan bauran pemasaran dalam rangka meningkatkan kunjungan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember. Membuat kebijakan *Service recovery* dengan melakukan perbaikan fasilitas pelayanan Rumah Sakit sedini mungkin berdasarkan prioritas dengan upaya sebagaimana berikut:

- Peningkatan fasilitas poliklinik, lingkungan rumah sakit, keamanan (tenaga parkir), selama menunggu proses pembangunan lebih lanjut.
- Perubahan sistem pembayaran obat di apotek dengan menempatkan kasir di apotek atau adanya petugas yang melayani pengambilan obat dari tempat pembayaran semula.
- Peningkatan kinerja dokter dalam hal ketepatan waktu periksa, sikap dan perilaku, penjelasan tentang obat yang harus diminum, akses dan kemudahan untuk menghubungi dokter.
- Peningkatan kinerja perawat dalam hal tanggapan dan empati kepada pasien dengan melakukan pelatihan-pelatihan.

DAFTAR RUJUKAN

Aditama, T.Y. 2003. *Managemen Rumah Sakit*. Jakarta: Universitas Indonesia

Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi. Cetakan 14. Jakarta: Rineka Cipta.

Chamberlan, R. 2002. *Employer-Directed Marketing a Boon for Hospital*, No 26, American Journal Health Behaviour (199–199).

Corbin, C.L., Kelley, S.W., Schwart, R.W. 2000. *Concepts in Service marketing for Helth Care Professionals*, American Journal of Surgery (181).

Dahlan, M.S. 2010. *Besar Sampel dan Cara Pengambilan Sampel dalam Penelitian Kedokteran dan Kesehatan*, Edisi 3. Jakarta: Salemba Medika.

Daniel, K.L., Bernhart, J.M., Eroglu, D. 2009. *Sosial Marketing and Communication From People to Place*, Volume 99, No 12, American Journal of Public Health.

Davis, C. *Dilute Staff Mix Prompts Cocern Care Quality and Dignity*, Report.

Evita, D. 2009. *Hubungan antara Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pasien untuk Membeli Ulang Jasa Rawat Inap di Rumah Sakit Daerah Panembahan Senopati Bantul*, Tesis.

Faida. 2011. *Bukan Perawat Biasa*, cetakan pertama, Jember, Institute of Civil Society (ICS).

Fajar, I. dkk. 2009. *Statistika untuk Praktisi Kesehatan*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Hand, et al. 1994. *The Effect of Marketing Information on the Reduction of Perceived Risk in the Purchase of Innovative Products: A Multiproduct Factorial Experiment. Dissertation Abstracts International. A The Humanity and Social Sciences.* Volume 54, Number 9.

Hartono, B. 2010. *Managemen Pemasaran untuk Rumah Sakit*, cetakan Pertama. Jakarta: Rineka Cipta.

Kotler, P., Armstrong, G. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Jilid 1, Edisi 12, Alih Bahasa Bob Sabran,MM. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., Keller, K.L. 2008. *Managemen Pemasaran.* Jilid 2, Edisi 13, Alih Bahasa Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.

Laporan Tahunan Rumah sakit Bina Sehat Tahun 2011. Jember, Rumah Sakit Bina Sehat.

Lupioadi, R. 2001. *Managemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Edisi I. Jakarta: Salemba Empat.

Lupioadi, R., dan Hamdani. 2008. *Managemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Mulyana, I. *Promosi dan Public Relation*, Seri Managemen Pemasaran.

Nawing, J.T. 2011. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pasien Memanfaatkan Rawat Jalan Rumah Sakit Ibnu Sina Makasar. *Tesis.*

Nasir, A., Muhith, A., Ideputri, M.E. 2011. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Cetakan pertama. Yogyakarta: Nuha Medika.

Notoatmojo, S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Edisi Revisi, Cetakan ke 1. Jakarta: Rineka Cipta.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. 1988. A ”SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality” *Journal of Retailing* Vol. 64 (1) p:83–97.

Purnomo, D. 2009. Pengaruh Persepsi Pasien tentang Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pasien di Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Baptis Kediri, *Tesis.*

Prasetyo, B., Jannah, L.M. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, Edisi I, Cetakan ke 6, Jakarta: Rajawali Press.

Pratiknya, A. 1991. *Dasar-dasar Analisa Statistik*, Yogyakarta, Fakultas Pasca Sarjana Universitas Gajahmada.

Pratiknya, A. 1991. *Pedoman Pokok Penelusuran Uji Statistik*, Yogyakarta: Fakultas Pasca Sarjana Universitas Gajahmada.

Profil Rumah Sakit Bina Sehat Tahun 2011. Jember, Rumah Sakit Bina Sehat.

Simpson, P.M. 2004. *An Examination of Ethical Judgements and Selecting Advertising Responses Variables. Dissertation Abstracts International. A The Humanity and Social Sciences.* Volume 53, *137 JURNAL EKONOMI & BISNIS NO. 3, Jilid 9.*

Siringgoringgo, H. 2004. Peran Bauran Pmasaran terhadap Perilaku Pembelian Konsumen, *Jurnal Ekonomi Bisnis*. No. 3, Jilid 9.

Sugiono. 2012. *Statistiaka untuk Penelitian*. Cetakan ke 20. Bandung: Alfabeta.

Sulistyo, J.S. 2011. 6 Hari Jago SPSS 17. Cetakan kedua. Yogyakarta: Cakrawala.

Supriyanto, S., Ernawati. 2010. *Pemasarn Industri Jasa Kesehatan*, Edisi I. Yogyakarta: Andi.

Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Cetakan ke 3. Jakarta: Rineka Cipta.

Suryani, T. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Cetakan pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tjiptono, F. 2011. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing.