

Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Keputusan Memilih Pelayanan Kesehatan Pada Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit X Kota Jambi Tahun 2025

Ester Laura^{1*}, Adila Solida², Usi Lanita³, Arnild Augina Mekarisce⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Kedokteran Dan Ilmu Kesehatan Universitas Jambi

Alamat: Jl. Letjen Soeprapto No. 33, Telanaipura, Kota Jambi, Indonesia

Corresponding: esterlaura411@gmail.com

Abstract. *The rapid growth in the number of hospitals in Indonesia has sparked intense competition in the healthcare industry, including in Jambi Province. X Hospital in Jambi is one of the hospitals with low service indicators, recording a bed occupancy rate (BOR) of 33.3% and a bed turnover rate (BTO) of 34.1 times both below the Ministry of Health's standards. This phenomenon underscores the need to implement an effective marketing mix strategy. This study aims to analyze the relationship between the marketing mix and the decision to choose inpatient services at Hospital X in Jambi City in 2025. A quantitative study with a cross-sectional design. The sample consisted of 108 inpatients selected via accidental sampling based on inclusion and exclusion criteria. Data were collected via a questionnaire and analyzed using univariate and bivariate (chi-square). The bivariate test revealed significant relationships for the variables product (0.001), price (0.001), place (0.001), people (0.001), and process (0.001). The non-significant variables were promotion (0.687) and physical evidence (0.069). There is a relationship between product, price, place, people, and process and the decision to choose inpatient care at X Hospital, whereas there is no relationship with promotion and physical evidence.*

Keywords: *Marketing Mix, Choice Decision, Hospital*

Abstrak. Tingginya pertumbuhan jumlah rumah sakit di Indonesia memicu persaingan yang ketat dalam industri kesehatan, termasuk di Provinsi Jambi. RS X Jambi menjadi salah satu RS dengan indikator pelayanan rendah, mencatat BOR 33,3% dan BTO 34,1 kali dan berada di bawah standar Kementerian kesehatan. Fenomena ini menegaskan perlunya penerapan strategi bauran pemasaran yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan bauran pemasaran dengan keputusan memilih pelayanan rawat inap di RS X Kota Jambi tahun 2025. Penelitian kuantitatif dengan desain *cross-sectional*. Sampel berjumlah 108 pasien rawat inap yang diambil secara *accidental sampling* berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis secara univariat dan bivariat (*chi-square*). Uji bivariat menunjukkan adanya hubungan signifikan pada variabel *product* (0,001), *price* (0,001), *place* (0,001), *people* (0,001), dan *process* (0,001). Variabel yang tidak signifikan adalah *promotion* (0,687) dan *Physical Evidence* (0,069). Terdapat hubungan *product*, *price*, *place*, *people*, *process* dengan keputusan memilih pada rawat inap di rumah sakit X sedangkan *promotion* dan *physical evidence* tidak terdapat hubungan.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Memilih, Rumah Sakit

1. LATAR BELAKANG

Meningkatnya kesadaran masyarakat pada kesehatan menyebabkan permintaan akan jasa pelayanan kesehatan semakin tinggi. Selain kebutuhan pokok seperti pangan, pemukiman dan pendidikan, kebutuhan akan kesehatan sudah menjadi prioritas utama yang harus dipenuhi setiap orang. Kondisi tubuh yang sehat sangat dibutuhkan agar mampu beraktivitas dengan mudah dan lebih produktif. Tanpa kesehatan, berbagai aktivitas akan terhambat dan kualitas hidup ikut menurun. (Yunitasari et al., 2020)

Rumah sakit sebagai salah satu fasilitas pelayanan kesehatan memiliki tanggung jawab

dalam menyediakan layanan promotif, preventif, kuratif, dan rehabilitatif bagi masyarakat. Pembagian kelas pada rumah sakit, biasanya ditentukan berdasarkan, kelengkapan fasilitas kesehatan, sarana penunjang, tenaga kesehatan dan kemampuan pelayanan. (Kementerian kesehatan RI, 2021) UU No. 44 Tahun 2009, mendefinisikan rumah sakit sebagai tempat pelayanan kesehatan individu secara lengkap dengan fasilitas pelayanan berupaya pelayanan rawat inap, pelayanan rawat jalan, dan pelayanan gawat darurat. (Undang - Undang Nomor 40 Tahun 2009, 2009) Keputusan Menteri Kesehatan No. 129 Tahun 2008, rumah sakit adalah salah satu tempat layanan kesehatan individu yang sangat penting. Rumah sakit merupakan bagian dari sumber daya kesehatan yang fungsinya sangat dibutuhkan untuk mendukung berjalannya berbagai upaya kesehatan di masyarakat. (PMK NOMOR : 129/Menkes/SK/II/2008, 2008)

Kegiatan pelayanan kesehatan di Rumah Sakit dibagi menjadi beberapa unit pelayanan, antara lain unit rawat inap, unit rawat jalan, dan unit gawat darurat. Pelayanan rawat jalan sering kali menjadi kontak pertama antara pasien dengan rumah sakit, kinerja unit rawat jalan yang optimal berfungsi sebagai pintu masuk utama yang menyuplai pasien untuk unit pelayanan lainnya seperti rawat inap.

Keberhasilan rumah sakit dalam menarik kunjungan di unit rawat jalan tidak selalu menjamin tingginya pemanfaatan di unit rawat inap. Selain itu, kondisi meningkatnya kesadaran masyarakat pada kesehatan belum sepenuhnya diikuti dengan pemanfaatan rumah sakit secara merata. Masih terdapat beberapa rumah sakit dengan jumlah pasien yang rendah, terutama pada pelayanan rawat inap dan nilai Bed Occupancy Rate (BOR) dan Bed Turn Over (BTO) yang masih dibawah standar. (Jelita, 2024) Rendahnya pemanfaatan ini dapat berdampak pada rumah sakit dan masyarakat langsung, akan terjadi penurunan kualitas pelayanan, akses layanan yang tidak merata, terjadinya beban kerja bagi tenaga kesehatan dan waktu pelayanan yang lama karena jumlah pasien yang banyak. (Kia, Irawan, D., & Wibowo, 2025)

Salah satu indikator yang digunakan untuk menilai kinerja rumah sakit adalah Bed Occupancy Rate (BOR) atau tingkat pemanfaatan tempat tidur oleh pasien dan Bed Turn Over (BTO) atau frekuensi pemakaian tempat tidur pada satu periode (biasanya satu tahun). Indikator ini menggambarkan sejauh mana kapasitas tempat tidur di rumah sakit digunakan secara efektif dalam kurun waktu tertentu. (Simbolon et al., 2025)

Berdasarkan standar dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, angka BOR yang ideal berada pada kisaran 60–85%, di mana angka di bawah batas tersebut menunjukkan rendahnya tingkat pemanfaatan tempat tidur, sedangkan angka yang melebihi batas ideal dapat

menandakan tingginya beban pelayanan. Sedangkan BTO idealnya dalam satu tahun, satu tempat tidur rata-rata dipakai 40-50 kali.(Kementerian Kesehatan RI, 2011)

Dalam memilih rumah sakit, pasien tidak hanya mempertimbangkan faktor medis tetapi banyak faktor lain, sehingga rumah sakit dituntut untuk memiliki keunggulan. Dalam sektor kesehatan, peran strategi dalam pemasaran sangat penting untuk menjaga keberlangsungan dan perkembangan rumah sakit. Rumah sakit perlu menerapkan strategi pemasaran yang efektif melalui bauran pemasaran atau yg dikenal dengan marketing mix.(Mulyatno, 2025)

Konsep bauran pemasaran telah mengalami pengembangan dari model tradisional 4P (product, price, promotion, dan place) menjadi model 7P. Perkembangan ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan industri jasa yang memerlukan variabel lebih mendalam. Tiga elemen tambahan dalam bauran pemasaran modern ini meliputi aspek people, physical evidence dan process.(Nurhayaty, 2022) Ketujuh elemen ini saling berkaitan, dalam pelayanan rumah sakit, product mencakup jenis layanan medis dan non medis yang diberikan, price atau harga berhubungan dengan biaya pelayanan, place atau tempat berkaitan dengan kemudahan akses rumah sakit, promotion atau promosi melibatkan kegiatan komunikasi dan informasi kepada masyarakat, people atau orang merujuk pada tenaga medis dan non-medis, process atau proses mencakup alur pelayanan dan physical evidence atau bukti fisik berkaitan dengan fasilitas serta kenyamanan lingkungan rumah sakit.

Pada proses pengambilan keputusan untuk memilih pelayanan kesehatan, Keputusan memilih layanan rawat inap melibatkan elemen 7p yang lebih mendalam dibandingkan layanan rawat jalan karena melibatkan biaya yang lebih tinggi dan durasi yang lebih panjang sehingga membutuhkan kenyamanan fasilitas kamar dan kebersihan toilet. Selain itu, proses yang cepat dan kompetensi serta keramahan sdm di rumah sakit menjadi faktor penentu.(Rochmiati., 2021)

Berdasarkan Laporan dari Profil Kesehatan Indonesia tahun 2024, pada tahun 2020-2024 rumah sakit di Indonesia semakin terus meningkat. Dalam empat tahun tersebut jumlah rumah sakit meningkat sebesar 9,7%. Diketahui jumlah rumah sakit pada tahun 2020 adalah 2.984 dan meningkat menjadi 3.228 pada tahun 2024. Jumlah tersebut terdiri dari 2.710 rumah sakit umum dan 518 rumah sakit khusus. (Kementrian Kesehatan RI, 2024)

Di Provinsi Jambi, berdasarkan Laporan Profil Kesehatan Provinsi Jambi juga terjadi peningkatan jumlah rumah sakit. Tahun 2021 rumah sakit di Provinsi Jambi berjumlah 39 unit dan meningkat menjadi 44 rumah sakit pada tahun 2024.(Darwis et al., 2022)&(Dinas Kesehatan Provinsi Jambi, 2024) Berdasarkan data yang ada, terlihat bahwa jumlah rumah sakit

terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan ini tidak hanya menunjukkan kemajuan dalam pembangunan sektor kesehatan tetapi munculnya berbagai rumah sakit baru, baik milik pemerintah maupun swasta, yang mendorong terjadinya kompetisi yang semakin ketat.(Feni., 2022)

Di wilayah perkotaan, umumnya memiliki jumlah penduduk yang banyak, mudah dalam mengakses fasilitas kesehatan dan memiliki rumah sakit yang cenderung berdekatan sedangkan pada wilayah kabupaten umumnya memiliki kondisi geografis yang luas dan jumlah fasilitas kesehatan yang terbatas. Kondisi ini membuat persaingan di rumah sakit kota lebih tinggi dibandingkan rumah sakit kabupaten.(Sadali et al., 2022)

Berdasarkan laporan profil dinas kesehatan Provinsi Jambi tahun 2024, pada rumah sakit tipe B di Kota Jambi memiliki capai BOR dan BTO yang tinggi. Sementara itu, pada rumah sakit tipe C di Kota Jambi menunjukan variasi pada capaian angka BOR dan BTO. RS X Kota Jambi, RSIA X, dan RS X sama-sama merupakan rumah sakit swasta tipe C yang berlokasi relatif berdekatan. Namun, berdasarkan tabel perbandingan BOR dan BTO, ketiganya menunjukkan capaian yang berbeda cukup signifikan. RS X Kota Jambi mencatat BOR sebesar 81,6% dengan BTO 77 kali, sedangkan RS X memiliki BOR 76% dengan BTO 92 kali, yang menunjukkan tingkat pemanfaatan tempat tidur dan perputaran pasien yang tinggi. Di sisi lain, RS X termasuk dalam kelompok rumah sakit dengan capaian yang lebih rendah, yaitu BOR sebesar 34,1% dan BTO sebesar 33 kali. Meskipun tidak berada pada posisi terendah, capaian tersebut masih berada jauh di bawah dua rumah sakit swasta lain yang berada dalam lingkungan wilayah yang sama. Dan berdasarkan data laporan profil kesehatan provinsi Jambi, setiap tahunnya data BOR dan BTO RS X bervariasi dan dibawah standar. Perbedaan ini menunjukkan bahwa meskipun memiliki kesamaan dalam hal status kepemilikan dan kedekatan lokasi, tingkat pemanfaatan layanan rawat inap dapat berbeda, sehingga terdapat kemungkinan adanya faktor lain yang memengaruhi capaian BOR dan BTO pada masing-masing rumah sakit.

Rumah Sakit X adalah rumah sakit swasta tipe C. RS X beroperasi sejak tahun 2011 berdasarkan Keputusan Menteri RI No HK.02.03/I/2039/2014 dan sudah berakreditasi paripurna.(Fitria, D., Mulyandi., 2021) Sebagai rumah sakit swasta, RS X berupaya memberikan pelayanan terbaik dengan dukungan tenaga medis profesional serta fasilitas yang lengkap. Namun dalam beberapa tahun terakhir, data menunjukkan bahwa jumlah rawat inap di RS X masih rendah yang dapat dilihat dari tingkat BOR dan BTO di Rumah Sakit X masih rendah. Berdasarkan data awal yang diperoleh dari bagian rekam medis RS X, jumlah kunjungan pasien ke unit rawat inap dalam empat tahun terakhir (2022 hingga 2025) cenderung

fluktuatif. Pada tahun 2022, data *Bed Occupancy Rate* (BOR) tercatat sebesar 29% dengan *Bed Turn Over* (BTO) sebanyak 23,5 kali. Pada tahun 2023, angka BOR mengalami perubahan menjadi 26,5% dan BTO sebesar 27,5 kali. Selanjutnya terjadi peningkatan pada tahun 2024, angka BOR mencapai 34,1% dengan BTO sebanyak 35 kali, dan pada tahun 2025 sedikit terjadi penurunan yaitu tercatat angka BOR sebesar 33,3% dengan BTO sebanyak 34,1 kali.

Kondisi ini menunjukkan bahwa jumlah pasien yang menggunakan layanan rawat inap sangat rendah, sehingga perlu adanya strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap layanan rumah sakit. Dengan diketahuinya hubungan bauran pemasaran pada pasien rawat inap dengan keputusannya dalam memilih pelayanan kesehatan, rumah sakit X dapat meningkatkan pemasarannya yang berujung pada peningkatan kualitas.

Selain itu, berdasarkan data awal yang diperoleh dari bagian rekam medis RS X Jambi, jumlah kunjungan atau pemanfaatan rumah sakit pada rawat jalan setiap tahunnya meningkat. Sehingga terjadi kesenjangan antara jumlah kunjungan rawat jalan dan rawat inap, di mana kunjungan rawat jalan cukup tinggi namun angka hunian tempat tidur tetap rendah, hal ini menunjukkan adanya hambatan dalam proses pengambilan keputusan pasien untuk memilih perawatan inap di rumah sakit tersebut.

Sebagai langkah survey awal, peneliti sudah melakukan survei pada 5 responden yang sedang menjalani perawatan rawat inap RS X, diperoleh informasi bahwa kualitas unit rawat inap sudah baik namun masih ada beberapa yang kurang. Semua pasien menyampaikan *product*, *price*, *promotion*, *place*, dan *people* sudah baik. Terdapat 3 pasien menyampaikan bahwa kebersihan toilet umum perlu ditingkatkan dan jumlah yang tersedia dirasa masih kurang. Selain itu, 1 pasien menyampaikan penunjuk alur administrasi yang kurang jelas bagi pasien baru. Kondisi ini menggambarkan bahwa meskipun pasien telah merasa pengalaman yang baik, terdapat aspek yang perlu diperbaiki, terutama pada fasilitas fisik (*physical evidence*) dan administrasi (*process*). Hasil awal ini menjadi acuan bagi peneliti untuk melakukan kajian lebih dalam tentang penerapan bauran pemasaran di unit rawat inap RS X.

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki topik relevan. Berdasarkan penelitian yang berjudul “Keputusan Pembelian Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Wiyung Sejahtera: Kajian Terhadap Bauran Pemasaran” oleh Adhella et al., (2023). Penelitian tersebut menunjukkan hasil pada bauran produk dan orang tidak ada hubungan dengan keputusan pembelian pasien rawat inap tersebut yang di nyatakan dengan produk nilai *p value* 0,083 dan orang nilai *p value* 0,294. Sedangkan tarif, promosi, lokasi, proses dan bukti fisik memiliki

hubungan. Dengan hasil rincian sebagai berikut, bauran harga nilai p value = 0,023, bauran promosi nilai p value = 0,005, bauran tempat nilai p value = 0,006, bauran proses nilai p value = 0,045 dan bauran bukti fisik nilai p value = 0,026. (Mega et al., 2023)

Penelitian lain oleh Siti et al., dengan judul penelitian “Analisis Hubungan Bauran Pemasaran Jasa 7P terhadap Keputusan Pembelian Layanan di RSUD Sultan Fatah Demak.” Penelitian ini dilakukan dengan metode Kuantitatif dengan pendekatan Cross-Sectional Study. Hasil statistic menunjukkan bahwa bauran pemasaran 7P pada masing-masing elemen produk ($p=0,008$), price ($p=0,000$), place ($p=0,011$), promotion ($p=0,028$), people ($p=0,017$), process ($p=0,021$), physical evidence ($p=0,007$). Artinya pada penelitian ini, seluruh elemen bauran pemasaran jasa positif signifikan terhadap keputusan pembelian layanan di RSUD Sultan Fatah Demak.

Melihat kondisi tersebut, penulis tertarik melakukan analisis terhadap bauran pemasaran yang diterapkan oleh Rumah Sakit X Jambi, dalam penelitian yang berjudul “Hubungan Bauran Pemasaran dengan Keputusan Memilih Pelayanan Kesehatan pada Pasien Rawat Inap di RS X Kota Jambi Tahun 2025”

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan analitik observasional dan desain cross-sectional untuk menganalisis hubungan antara bauran pemasaran (7P) dengan keputusan pasien dalam memilih pelayanan rawat inap di RS X Kota Jambi. Penelitian dilaksanakan di Instalasi Rawat Inap RS X Kota Jambi pada bulan Mei 2026. Populasi penelitian adalah seluruh pasien rawat inap RS X tahun 2025 sebanyak 4.284 pasien. Besar sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dan diperoleh sebanyak 98 responden, kemudian ditambah 10% untuk mengantisipasi kehilangan data sehingga jumlah sampel akhir menjadi 108 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling, yaitu responden dipilih berdasarkan pasien atau keluarga pasien yang ditemui selama periode penelitian dan memenuhi kriteria inklusi, yaitu pasien/keluarga pasien yang menjalani rawat inap, bersedia menjadi responden, serta menandatangani informed consent. Adapun kriteria eksklusi adalah pasien dengan kondisi sakit berat atau sedang menjalani perawatan intensif.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner terstruktur yang diadaptasi dan dimodifikasi dari instrumen penelitian sebelumnya yang telah tervalidasi mengenai bauran pemasaran (product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence) serta keputusan memilih pelayanan kesehatan. Sebelum digunakan, instrumen diuji pada 30 responden di RS Bhayangkara Jambi. Hasil uji validitas menunjukkan seluruh butir pertanyaan memenuhi kriteria valid dengan nilai r -hitung $>$ r -tabel (0,361), kecuali tiga butir (A8, C10,

dan E8) yang dinyatakan tidak valid dan tidak digunakan pada penelitian. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai alpha 0,660–0,957, sehingga dinyatakan reliabel. Data primer diperoleh melalui pengisian kuesioner dan wawancara terstruktur, sedangkan data sekunder berasal dari profil rumah sakit, indikator pelayanan (BOR dan BTO), serta literatur ilmiah yang relevan. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS, meliputi analisis univariat untuk mendeskripsikan karakteristik responden dan distribusi setiap variabel, serta analisis bivariat menggunakan uji Chi-Square untuk menguji hubungan antara variabel bauran pemasaran dengan keputusan pasien memilih pelayanan kesehatan, dengan tingkat kemaknaan statistik $p < 0,05$.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil

1) Distribusi Karakteristik Responden

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada 108 responden pasien rawat inap di Rumah Sakit X Kota Jambi, didapati distribusi responden berdasarkan karakteristik yang terdiri dari jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan dan lama dirawat yang dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 1. Distribusi Karakteristik Responden Pada Pasien Rawat Inap Rumah Sakit X Kota Jambi

Karakteristik Responden	(n)	%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	31	28,7
Perempuan	77	71,3
Umur		
17-25	23	21,3
26-45	53	49,1
>45	32	29,6
Pendidikan		
SD	10	9,3
SMP	24	22,2
SMA	56	51,9
PT	18	16,7
Pekerjaan		
Tidak Bekerja	4	3,7
IRT	54	50
Pelajar/Mahasiswa	1	0,9
Swasta	7	6,5
Wiraswata	16	14,8
Buruh/Tani	13	12
PNS/Polri	9	8,3
Lainnya	4	3,7

Lama dirawat		
1 hari	27	25
2 hari	54	50
3 hari	21	19,4
4 hari	4	3,7
5 hari	2	1,9

Berdasarkan tabel 1 didapati bahwa sebagian besar responden adalah berjenis kelamin perempuan dengan jumlah persentase sebesar 71,3% sedangkan jumlah laki-laki adalah 28,7%. Pada kelompok umur, responden yang memiliki jumlah paling banyak adalah pada umur 26-45 dengan jumlah persentase sebesar 49,1% selanjutnya diikuti kelompok umur >45 sebesar 29,6% dan kelompok umur 17-25 memiliki persentase sebesar 21,3%. Pada kelompok pendidikan, responden yang memiliki jumlah paling banyak adalah SMA dengan jumlah persentase 50,9% selanjutnya di ikuti kelompok pendidikan SMP sebesar 22,25 dan kelompok perguruan tinggi sebesar 16,7 serta kelompok SD sebesar 9,3% . Pada kelompok pekerjaan, responden yang memiliki jumlah paling banyak adalah pada IRT dengan jumlah persentase 50 sedangkan kelompok pekerja paling sedikit adalah pelajar/mahasiswa sebesar 0,9%. Pada kelompok lama dirawat, responden yang memiliki jumlah paling banyak adalah 2 hari dengan jumlah persentase 50% sedangkan yang paling sedikit adalah kelompok lama dirawat selama 5 hari yaitu sebesar 1,9%.

2) Analisis Univariat

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Kategori Variabel Penelitian

Variabel	Kategori	n	%
Keputusan Memilih	Tidak memilih	42	38,9
	Memilih	66	61,1
Product	Tidak lengkap	53	49,1
	Lengkap	55	50,9
Price	Tidak sesuai	39	36,1
	Sesuai	69	63,9
Promotion	Tidak baik	42	38,9
	Baik	66	61,1
Place	Tidak baik	39	36,1
	Baik	69	63,9
People	Tidak baik	43	39,8
	Baik	65	60,2
Process	Tidak cepat	43	39,8
	Cepat	65	60,2
Physical Evidence	Tidak baik	16	14,8
	Baik	92	85,2

Berdasarkan tabel di atas, dari 108 responden sebagian besar berada pada kategori memilih pelayanan kesehatan (61,1%). Pada variabel bauran pemasaran,

mayoritas responden menilai product dalam kategori lengkap (50,9%), price sesuai (63,9%), promotion baik (61,1%), place baik (63,9%), people baik (60,2%), process cepat (60,2%), dan physical evidence baik (85,2%). Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap unsur-unsur bauran pemasaran pelayanan kesehatan di RS X Kota Jambi, terutama pada aspek physical evidence yang memperoleh persentase penilaian baik

3) Analisis Bivariat

a) Hubungan product dengan keputusan memilih

Tabel 3. Tabulasi Silang Hubungan Product dengan Keputusan Memilih di RS X Jambi

Product	Keputusan Memilih				OR (95% CI)	Nilai P- Value
	Tidak		Membeli			
	n	%	n	%		
Tidak Lengkap	36	67.9	17	32.1	17.294	0,001
Lengkap	6	10.9	49	89.1	(6.203-	
Total	42	38.9	66	61.1	48.217)	

Berdasarkan tabel 3 hasil uji chi square didapati jumlah orang yang menyatakan produk yang tidak lengkap dan tidak membeli adalah sebesar 67.9% sedangkan yang menyatakan produk tidak lengkap dan membeli adalah 32.1%. Jumlah orang yang menyatakan produk lengkap dan tidak membeli adalah 10.9% sedangkan yang menyatakan produk lengkap dan membeli adalah 89.1%. Hasil uji Chi Square menunjukkan nilai p-value sebesar 0.001 yang menandakan adanya hubungan signifikan antara produk dengan keputusan memilih pasien. Selain itu nilai ratio 17.294 yang menunjukkan product yang baik memiliki resiko 17.294 kali lebih besar pada keputusan pasien untuk memilih.

b) Hubungan price dengan keputusan memilih

Tabel 5. Tabulasi Silang Hubungan Price dengan Keputusan Memilih di RS X Jambi

Price	Keputusan Memilih				OR (95% CI)	Nilai P- Value
	Tidak		Membeli			
	n	%	n			
Tidak Sesuai	27	69.2	12	30.8	8.100	0,001
Sesuai	15	21.7	54	78.3	(3.331-	
Total	42	38.9	66	61.1	19.697)	

Berdasarkan tabel 5. hasil uji chi square didapati jumlah orang yang menyatakan price yang tidak sesuai dan tidak membeli adalah 69.2% sedangkan yang menyatakan price tidak sesuai dan membeli adalah 30.8%. Jumlah orang yang

menyatakan harga sesuai dan tidak membeli adalah 21.7% sedangkan yang menyatakan harga sesuai dan membeli adalah 78.3%. Hasil uji Chi Square menunjukkan nilai p-value sebesar 0.001 yang menandakan adanya hubungan signifikan antara price dengan keputusan memilih pasien. Selain itu nilai ratio 8.100 yang menunjukkan price yang sesuai memiliki resiko 8.100 kali lebih besar pada keputusan pasien untuk memilih.

c) Hubungan promotion dengan keputusan memilih

Tabel 6. Tabulasi Silang Hubungan Promotion dengan Keputusan Memilih

Promotion	Keputusan Memilih				OR (95% CI)	Nilai P-Value
	Tidak		Membeli			
	n	%	n	%		
Tidak Baik	15	35.7	27	64.3	0.802	0.736
Baik	27	40.9	39	59.1	(0.361-	
Total	42	38.9	66	61.1	1.785)	

Berdasarkan tabel 6 hasil uji chi square didapati jumlah orang yang menyatakan promotion yang tidak baik dan tidak membeli adalah 35.7% sedangkan yang menyatakan promotion tidak baik dan membeli adalah 64.3%. Jumlah orang yang menyatakan promotion baik dan tidak membeli adalah 40.9% sedangkan yang menyatakan prmotion baik dan membeli adalah 59.1%. Hasil uji Chi Square menunjukkan nilai p-value sebesar 0.736 yang menandakan tidak adanya hubungan signifikan antara promotion dengan keputusan memilih pasien. Selain itu nilai ratio 0.802 yang menunjukkan promotion yang baik memiliki resiko 0.802 kali lebih besar pada keputusan pasien untuk memilih.

d) Hubungan place dengan keputusan memilih

Tabel 7 Tabulasi Silang Hubungan Place dengan Keputusan Memilih

Place	Keputusan Memilih				OR (95% CI)	Nilai P-Value
	Tidak		Membeli			
	n	%	n	%		
Tidak baik	31	79.5	8	20.5	20.432	0.001
Baik	11	15.9	58	84.1	(7.444-	
Total	42	38.9	66	61.1	56.083)	

Berdasarkan tabel 7 hasil uji chi square didapati jumlah orang yang menyatakan place yang tidak baik dan tidak membeli adalah 79.5% sedangkan yang menyatakan place tidak baik dan membeli adalah 20.5%. Jumlah orang yang menyatakan place baik dan tidak membeli adalah 15.9% sedangkan yang menyatakan place baik dan membeli adalah 84.1%. Hasil uji Chi Square menunjukkan nilai p-value sebesar 0.001 yang menandakan adanya hubungan signifikan antara

promotion dengan keputusan memilih pasien. Selain itu nilai ratio 20.432 yang menunjukkan place yang baik memiliki resiko 20.432 kali lebih besar pada keputusan pasien untuk memilih.

e) Hubungan people dengan keputusan memilih

Tabel 8. Tabulasi Silang Hubungan People dengan Keputusan Memilih

People	Keputusan Memilih				Total		OR (95% CI)	Nilai P-Value
	Tidak Membeli		Membeli					
	n	%	n	%	n	%		
Tidak Baik	36	83.7	7	16.3	43	100.0	50.571 (15.750 – 162.380)	0.001
Baik	6	9.2	59	90.8	65	100.0		
Total	42	38.9	66	61.1	108	100.0		

Berdasarkan tabel 8. hasil uji chi square didapati jumlah orang yang menyatakan people yang tidak baik dan tidak membeli adalah 83.7% sedangkan yang menyatakan people tidak baik dan membeli adalah 16.3%. Jumlah orang yang menyatakan people baik dan tidak membeli adalah 9.2% sedangkan yang menyatakan people baik dan membeli adalah 90.8%. Hasil uji Chi Square menunjukkan nilai p-value sebesar 0.001 yang menandakan adanya hubungan signifikan antara promotion dengan keputusan memilih pasien. Selain itu nilai ratio 50.571 yang menunjukkan people yang baik memiliki resiko 50.571 kali lebih besar pada keputusan pasien untuk memilih.

f) Hubungan process dengan keputusan memilih

Tabel 9 Tabulasi Silang Hubungan Process dengan Keputusan Memilih

Process	Keputusan Memilih				OR (95% CI)	Nilai P-Value
	Tidak		Membeli			
	n	%	n	%		
Tidak cepat	29	67.4	14	32.6	8.286	0.001
cepat	13	20.0	52	80.0	(3.433-	
Total	42	38.9	66	61.1	19.997)	

Berdasarkan tabel 9. hasil uji chi square didapati jumlah orang yang menyatakan process yang tidak cepat dan tidak membeli adalah 67.4% sedangkan yang menyatakan process tidak cepat dan membeli adalah 32.6%. Jumlah orang yang menyatakan process cepat dan tidak membeli adalah 20.0% sedangkan yang menyatakan process cepat dan membeli adalah 80%. Hasil uji Chi Square menunjukkan nilai p-value sebesar 0.001 yang menandakan adanya hubungan signifikan antara promotion dengan keputusan memilih pasien. Selain itu nilai ratio 8.286 yang menunjukkan process yang cepat memiliki resiko 8.286 kali lebih besar

pada keputusan pasien untuk memilih.

g) Hubungan physical evidence dengan keputusan memilih

Tabel 10. Tabulasi Silang Hubungan Physical evidence dengan Keputusan Memilih

Physical evidence	Keputusan Memilih				OR (95% CI)	Nilai P-Value
	Membeli		Tidak Membeli			
	n	%	N	%		
Tidak baik	10	66.7	6	37.5	3.125	0.069
Baik	32	34.8	60	65.2	(7.444-	
Total	42	38.9	66	61.1	56.083)	

Berdasarkan tabel 10 hasil uji chi square didapati jumlah orang yang menyatakan physical evidence yang tidak baik dan tidak membeli adalah 66.7% sedangkan yang menyatakan physical evidence tidak baik dan membeli adalah 37.5%. Jumlah orang yang menyatakan physical evidence baik dan tidak membeli adalah 34.8% sedangkan yang menyatakan physical evidence baik dan membeli adalah 65.2%. Hasil uji Chi Square menunjukkan nilai p-value sebesar 0.069 yang menandakan tidak adanya hubungan signifikan antara physical evidence dengan keputusan memilih pasien. Selain itu nilai ratio 3.125 yang menunjukkan physical evidence yang baik memiliki resiko 3.125 kali lebih besar pada keputusan pasien untuk memilih.

b. Pembahasan

1) Hubungan *Product* dengan Keputusan Memilih

Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan dengan melibatkan 108 responden, frekuensi *product* yang merasakan tidak lengkap adalah 49,1% dan pasien merasakan lengkap adalah sebesar 50,9%. Untuk melihat hubungan antar *product* dengan keputusan memilih dilakukan analisis bivariat dan diperoleh pada tabel chi-square yaitu didapati nilai *p-value* sebesar 0,000. Karena nilai *p-value* < 0,05, maka secara statistik diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara nyata antara *product* dengan keputusan memilih pasien pada pelayanan rawat inap di RS X Kota Jambi.

Variabel *product* dalam penelitian ini menggunakan dimensi kualitas produk, fitur produk dan variasi produk. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pasien untuk menjalani rawat inap berkaitan dengan penilaian mereka pada *product* yang dimiliki rumah sakit, baik dari kualitas, fitur, variasi yang disediakan. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi pasien mengenai *product* turut berkontribusi menjadi penentu seseorang dalam mengambil keputusan pada rawat inap di rumah sakit X Kota Jambi. Semakin positif penilaian pasien terhadap *product* maka semakin besar keputusan

dalam memilih pelayanan.

Berdasarkan hasil tanggapan responden, adanya hubungan ini dilihat dari product yang sudah dapat memenuhi kebutuhan pasien. Pasien yang datang membutuhkan pelayanan agar dirinya dapat sembuh. Rumah sakit ini telah menyediakan IGD, perawat dan dokter jaga yang siap selama 24 jam. Selain itu, diperkuat dengan ketersediaan dokter spesialis yang lengkap dan keberadaan fitur-fitur fisik seperti peralatan medis selama pelayanan, fasilitas laboratorium, CT Scan atau USG, obat-obatan yang sudah terpenuhi bagi pasien serta pemeliharaan peralatan medis dan fasilitas pendukung di setiap kamar yang cukup baik di rasakan oleh sebagian besar pasien. Kelengkapan product yang dirasakan dapat mempermudah proses diagnosis dan meningkatkan kenyamanan pasien serta keluarga selama masa perawatan, sehingga menjadi pertimbangan kuat yang menentukan keputusan memilih. Namun didapati juga bahwa sebagian pasien mendapat fasilitas pendukung di kamar rawat inap yang kurang terawat. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di rumah sakit, terdapat kamar rawat inap dengan AC yang bocor, lampu di kamar mandi padam, colokan tidak berfungsi, televisi tidak berfungsi dan CT scan yang tersedia sedang tidak bisa digunakan.

Menurut asumsi peneliti, produk dalam bauran pemasaran rumah sakit tidak hanya mencakup product yang digunakan selama pemeriksaan tetapi seluruh fasilitas yang digunakan pasien. Oleh karena itu, pemeliharaan fasilitas ikut menjadi bagian penting dalam menjaga mutu produk sehingga dapat meningkatkan ketertarikan dan memperkuat keputusan pasien dalam memilih rumah sakit

Hasil penelitian ini didukung oleh temuan Tonis dkk (2024). Melalui analisis bivariat uji *chi-square*, mereka menemukan nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,001 ($< 0,05$), yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini membuktikan adanya hubungan yang signifikan antara bauran produk dengan keputusan pasien. Pada variabel hubungan produk dengan keputusan pasien didapatkan hasil bahwa dengan adanya dokter jaga 24 jam di rumah sakit pelita memudahkan pasien mendapatkan pelayanan dijam berapapun pasien membutuhkan pertolongan. Selain itu, ketersediaan dokter spesialis yang lengkap serta layanan farmasi yang lengkap menjadi daya tarik utama bagi pasien untuk berobat ke rumah sakit tersebut. (Tonis et al., 2024) Selain itu pada penelitian Yasni (2020), penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan cukup antara product dengan kunjungan ulang pasien dengan nilai $p \text{ value} = 0,003 < \alpha = 0,05$. Hal ini karena Produk RSU Bahteramas berupa layanan kesehatan yang ditawarkan kepada responden cukup lengkap mencakup layanan rawat jalan, rawat inap, pelayanan gawat darurat, bedah jantung,

hemodialisa, radiologi (USG, EKG, CT Scan) dan cukup banyak dokter spesialis yang ahli di bidangnya juga turut memperkuat keputusan pasien untuk menggunakan layanan di sana.(Afifah et al., 2025)

Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian adhella dkk (2023), menyatakan bahwa angka signifikansi produk sebesar $0,083 > 0,05$ menunjukkan hubungan antara variabel produk dengan keputusan pembelian tidak signifikan. Hubungan antara produk dengan keputusan pembelian yang tidak signifikan menunjukkan bahwa produk atau pelayanan yang diberikan tidak memiliki hubungan dengan keputusan pembelian pasien rawat inap di rumah sakit wiyung sejahtera.(Mega et al., 2023) Selain itu pada penelitian Nugraha dkk (2026) juga serupa, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk tidak memiliki hubungan signifikan dengan keputusan pasien ($p=0,582$). Hasil ini karena produk dalam layanan kesehatan mencakup jenis pelayanan, kelengkapan fasilitas medis, serta mutu klinis. Namun, karakteristik layanan kesehatan yang bersifat intangible menyebabkan pasien kesulitan mengevaluasi kualitas produk secara objektif, bahkan setelah layanan diterima.(Nugraha et al., 2026)

2) Hubungan Price dengan Keputusan Memilih

Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan pada 108 responden, frekuensi price yang merasakan tidak sesuai adalah 36.1% dan pasien merasakan sesuai adalah sebesar 63,9%. Untuk melihat hubungan antara price dengan keputusan memilih dilakukan analisis bivariat dan diperoleh pada tabel chi-square nilai *p-value* sebesar 0,000. Karena nilai *p-value* $< 0,05$, maka secara statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara nyata antara faktor harga (*price*) dengan keputusan pasien dalam memilih pelayanan rawat inap di RS X Kota Jambi.

Variabel price pada penelitian ini menggunakan dimensi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa keputusan pasien untuk memutuskan menggunakan layanan rawat inap tidak hanya pada produk tetapi juga bergantung pada penilain tarif pelayanan. adan keterkaitan antara keputusan pasien menjalani rawat inap dengan penilaian mereka terhadap seluruh dimensi harga yang ada di rumah sakit. Temuan ini membuktikan bahwa persepsi mengenai harga memiliki kontribusi penting dalam memengaruhi keputusan pasien untuk memilih rawat inap di Rumah Sakit X Kota Jambi. Dengan demikian, semakin positif penilaian pasien terhadap price maka semakin besar keputusan dalam memilih pelayanan.

Berdasarkan hasil tanggapan responden, adanya hubungan ini terlihat pada rumah sakit

yang sudah menyediakan pembayaran menggunakan asuransi dan sudah bekerjasama dengan berbagai jenis asuransi yang membuat pasien lebih mudah untuk mendapatkan pelayanan dan membuat biaya perawatan terasa lebih terjangkau. Selain itu, pasien merasa biaya yang mereka keluarkan sebanding dengan pelayanan yang didapatkan. Sebagian besar responden menilai bahwa biaya yang dibayarkan atau golongan pada asuransi sudah sangat sesuai dengan kualitas pelayanan dari tenaga kesehatan, kondisi fasilitas pendukung di dalam kamar rawat inap yang memadai, serta ketersediaan stok obat-obatan yang lengkap selama masa perawatan. Namun didapati sebagian responden menilai tarif parkir rumah sakit tidak terjangkau. Berdasarkan hasil wawancara, beberapa responden menilai bahwa biaya parkir sebesar Rp3.000 kurang sesuai karena dianggap terlalu tinggi untuk lingkungan rumah sakit. Bahkan terdapat responden yang menyatakan bahwa tarif parkir tersebut seperti masuk *mall*. Persepsi tersebut menunjukkan bahwa biaya parkir dapat menjadi salah satu pertimbangan pasien dalam menilai keterjangkauan biaya pelayanan rumah sakit. Meskipun biaya parkir bukan merupakan biaya pelayanan medis, pasien tetap memasukkannya sebagai bagian dari pengeluaran selama mendapatkan pelayanan kesehatan tetapi dalam kategori kesesuaian dengan manfaat, nominal tersebut dinilai sebanding dengan manfaat berupa jaminan keamanan kendaraan yang didapatkan oleh keluarga pasien selama berjaga.

Menurut asumsi peneliti, persepsi responden terhadap ketidaksesuaian biaya parkir muncul karena pasien membandingkan tarif parkir rumah sakit dengan tarif parkir di fasilitas pelayanan kesehatan lain atau menganggap rumah sakit sebagai fasilitas publik yang seharusnya memberikan biaya penunjang yang lebih terjangkau. Akibatnya, biaya parkir dipersepsikan sebagai beban tambahan di luar biaya pengobatan sehingga memengaruhi penilaian responden terhadap aspek harga.

Pada penelitian petra (2025), menunjukan hasil yang sama yaitu memiliki hubungan antara harga dengan pemanfaatan layanan rawat inap. Pada hasil chi-square didapati 0,004. Petra menemukan bahwa pasien cenderung lebih memilih rumah sakit yang menawarkan transparansi dalam biaya dan nilai yang sebanding dengan harga yang dibayarkan. Ketersediaan opsi pembayaran, seperti asuransi kesehatan, juga memengaruhi keputusan pasien. Harga yang kompetitif dapat meningkatkan daya tarik layanan. (Firdaus et al., 2025) Selain itu pada penelitian antin (2023) dari hasil uji statistic dengan chi-square test diperoleh nilai p-value= 0,004 lebih kecil dari nilai α (0,05), artinya ada hubungan antara tarif pelayanan dengan kepuasan pasien rawat jalan umum RS Hermina Mekarsar. (Article et al., 2023)

Namun, hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Sukman (2022) yang menemukan bahwa kesesuaian tarif dengan fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien rawat jalan $p = 0,062$. Perbedaan ini terjadi karena penilaian responden sangat dipengaruhi oleh tingkat ekonomi mereka. Pasien dari kelompok ekonomi menengah ke atas cenderung menganggap tarif di RSIA Malebu sudah sesuai, sedangkan pasien dengan tingkat ekonomi rendah menilai tarif di rumah sakit tersebut cukup mahal. (Afifah et al., 2025)

3) Hubungan Promotion dengan Keputusan Memilih

Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan pada 108 responden, frekuensi promotion yang merasakan tidak baik adalah 38.9% dan pasien merasakan baik adalah sebesar 61.1%. Untuk melihat hubungan antara promotion dengan keputusan memilih dilakukan analisis bivariat dan diperoleh pada tabel chi-square nilai *p-value* sebesar 0,736. Karena nilai *p-value* $> 0,05$, maka secara statistik dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan secara nyata antara faktor promosi (*promotion*) dengan keputusan pasien dalam memilih pelayanan rawat inap di RS X Kota Jambi.

Dalam penelitian ini, variabel *promotion* diukur melalui lima dimensi utama, yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), pemasaran langsung (*direct marketing*), serta penjualan personal (*personal selling*). Hasil penelitian menunjukkan tidak adanya keterkaitan antara keputusan pasien untuk melakukan rawat inap dengan penilaian mereka terhadap strategi promosi di rumah sakit, yang mencakup penyampaian informasi lewat media, ketersediaan paket pelayanan, rekomendasi dari pasien lain, hingga komunikasi langsung dari pihak rumah sakit. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi pasien mengenai promosi tersebut tidak ikut berkontribusi menjadi penentu seseorang dalam mengambil keputusan pada rawat inap di Rumah Sakit X Kota Jambi.

Berdasarkan hasil tanggapan responden, variabel promosi tidak berkontribusi karena tingginya penilaian tidak baik pada setiap pertanyaan. Sebagian besar responden merasa penempatan papan nama di depan rumah sakit dinilai kurang terlihat karena posisinya terhalang oleh banyaknya papan nama lain di area tersebut. Selain itu, promosi yang dilakukan melalui media cetak atau media online dinilai kurang menjangkau masyarakat. Meskipun demikian, pasien merasa terbantu oleh adanya informasi positif dari mulut ke mulut serta kebijakan paket tarif parkir yang dirasa meringankan beban keluarga selama mendampingi pasien rawat inap.

Menurut asumsi peneliti, mayoritas pasien masuk melalui jalur IGD dan langsung membutuhkan tindakan darurat tanpa sempat memperhatikan atau mempertimbangkan yang ditawarkan rumah sakit promosi. Kondisi ini diperkuat oleh temuan bahwa sebagian besar responden tidak aktif menggunakan ponsel sehingga tidak mengetahui informasi dari media sosial atau website resmi, serta tidak mendapatkan brosur sama sekali.

Temuan penelitian oleh Firdawati (2024), sejalan dengan penelitian ini berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada nilai sig promotion sebesar 0,441 sehingga $p > 0,05$ artinya tidak ada pengaruh signifikan variabel promosi terhadap keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan di unit rawat jalan RSUD Aliyah 1. Promosi yang dilakukan oleh RSUD Aliyah 1 belum bisa membuktikan adanya hubungan seseorang untuk memutuskan memilih layanan rawat jalan. (Firdawati., Rajab., M. & Munsir., 2024)

Berbeda dengan hasil penelitian oleh Sumlang (2025). Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kemudahan informasi dengan pemanfaatan pelayanan kesehatan ($p\text{-value} = 0.002$) di Puskesmas Bontang Selatan 1. Mayoritas memperoleh informasi yang jelas terkait layanan dan fasilitas yang tersedia. Efisiensi administrasi meningkat berkat informasi melalui banner dan aplikasi JKN Mobile, walaupun beberapa responden tetap memilih pendaftaran manual karena kendala teknis. (Priska et al., 2025) Selain itu, juga berbeda dengan hasil penelitian Wibowo (2025) yaitu hasil uji chi square bagian promosi di Klinik PKU Muhammadiyah H Mahmud Pemalang mendapatkan nilai $p 0,000$ yang artinya terdapat pengaruh signifikan promotion terhadap minat kunjungan ulang pasien rawat inap di Klinik PKU Muhammadiyah H Mahmud Pemalang. (Wibowo, 2025)

6) Hubungan Place dengan Keputusan Memilih

Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan pada 108 responden, frekuensi place yang merasakan tidak baik adalah 36.1% dan pasien merasakan baik adalah sebesar 63,9%. Untuk melihat hubungan antara place dengan keputusan memilih dilakukan analisis bivariat dan diperoleh pada tabel chi-square nilai $p\text{-value}$ sebesar 0,000. Karena nilai $p\text{-value} < 0,05$, maka secara statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara nyata antara faktor tempat (*place*) dengan keputusan pasien dalam memilih pelayanan rawat inap di RS X Kota Jambi.

Variabel *place* dalam penelitian ini menggunakan dimensi kemudahan akses, visibilitas, arus lalu lintas, fasilitas parkir dan lingkungan sekitar. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pasien untuk menjalani rawat inap berkaitan dengan

penilaian mereka pada place yang dimiliki rumah sakit, baik dari kemudahan akses, visibilitas, arus lalu lintas, fasilitas parkir dan lingkungan sekitar yang di tawarkan. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi pasien mengenai product turut berkontribusi menjadi penentu seseorang dalam mengambil keputusan pada rawat inap di rumah sakit X Kota Jambi. Semakin positif penilaian pasien terhadap place maka semakin besar keputusan dalam memilih pelayanan.

Berdasarkan hasil tanggapan responden, adanya hubungan ini terjadi karena sebageian besar responden memberi respon positif pada lokasi rumah sakit. Lokasi rumah sakit dinilai sudah strategis, mudah dijangkau dengan umum dan pribadi. Kemudian, lingkungan area rumah sakit yang tenang dan aman, fasilitas parkir yang luas serta akses keluar masuk area rumah sakit juga dinilai sangat mudah ditemukan oleh masyarakat. Namun kendala pada lokasi rumah sakit ini ada pada arus lalu lintas. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi letak rumah sakit dekat dengan pasar sehingga berdampak tidak lacarnya atau macet arus lalu lintas menuju rumah sakit. Lalu penempatan loket (karcis) parkir yang terlalu dekat dengan jalan raya ehingga ketika terjadi antrean kendaraan yang ingin masuk, kemacetan tersebut sering terjadi.

Menurut peneliti, pasien cenderung lebih mempertimbangkan kemudahan mencapai rumah sakit dibandingkan kondisi lalu lintas. Hal ini karena kemacetan hanya terjadi pada waktu-waktu tertentu, sedangkan lokasi rumah sakit yang strategis dan mudah diakses merupakan keunggulan yang lebih dominan dalam pengambilan keputusan.

Pada penelitian Abdul (2025) ditemukan hasil yang sejalan yaitu pada uji Chi-Square menghasilkan p-value sebesar 0,039 ($< 0,05$), angka ini menegaskan adanya hubungan yang signifikan antara faktor lokasi dengan keputusan memilih layanan kesehatan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa akses yang strategis dan mudah dijangkau akan mendorong pasien untuk memilih fasilitas kesehatan sedangkan lokasi yang kurang baik menjadi faktor penghambat utama dalam pemilihan layanan kesehatan. (Rawat et al., 2025) Pada penelitian hardiansyah (2019) sejalan dengan penelitian karena memiliki hasil yang sama yaitu signifikan. Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan uji Chi-square antara variabel diperoleh nilai $p = 0,01$ maka H_a diterima dan H_o di tolak, artinya ada hubungan place (tempat) dengan pemanfaatan layanan kesehatan pada pasien umum rawat inap di RSUD Kota Makassar tahun 2018.

Temuan lain oleh Umy (2021) tentang hubungan people yaitu variabel bauran pemasaran orang melalui uji chi square di peroleh p value sebesar 0,708 ($p \text{ value} > 0,05$)

dimana H_a ditolak, H_o diterima yang artinya bahwa tidak ada pengaruh antara bauran pemasaran orang dengan minat kunjungan ulang layanan kesehatan di Balkesmas Wilayah Ambarawa. (Shalamah & Indrawati, 2021)

7) Hubungan People dengan Keputusan Memilih

Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan pada 108 responden, frekuensi *people* yang merasakan tidak baik adalah 39.8% dan pasien merasakan baik adalah sebesar 60.2%. Untuk melihat hubungan antara *place* dengan keputusan memilih dilakukan analisis bivariat dan diperoleh pada tabel chi-square nilai *p-value* sebesar 0,000. Karena nilai *p-value* < 0,05, maka secara statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara nyata antara faktor SDM rumah sakit (*people*) dengan keputusan pasien dalam memilih pelayanan rawat inap di RS X Kota Jambi.

Dalam penelitian ini, variabel *people* memiliki empat dimensi utama, yaitu kompetensi, kesopanan, selektif, serta komunikatif. Hasil penelitian menunjukkan adanya keterkaitan antara keputusan pasien untuk melakukan rawat inap dengan penilaian mereka terhadap *people* di rumah sakit, yang mencakup keahlian, keramahan petugas, ketelitian dan skill komunikasi. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi pasien mengenai petugas tersebut turut berkontribusi menjadi penentu seseorang dalam mengambil keputusan pada rawat inap di Rumah Sakit X Kota Jambi. Semakin positif penilaian pasien terhadap *people* ini, maka akan semakin besar pula keputusan mereka dalam memilih pelayanan.

Berdasarkan hasil tanggapan responden dan wawancara, adanya hubungan ini didorong oleh sikap dari petugas yang sudah sangat baik. Pasien menilai petugas sudah sangat sopan dan ramah terhadap pasien, hal tersebut membuat pasien dan keluarganya merasa sangat dihargai dan nyaman selama masa pemulihan. Selain itu, rumah sakit memiliki dokter dan perawat yang sudah berpengalaman, terampil, teliti, serta mampu bekerja secara cepat dan tepat saat memberikan tindakan medis. Meskipun pelayanan petugas secara umum sudah membuat nyaman, pada dimensi selektif masih ditemukan sedikit keluhan dari pasien. Keluhan tersebut berkaitan dengan adanya perawat magang yang dirasa masih kurang berpengalaman dalam memberikan pelayanan di ruang rawat inap. Tetapi kombinasi dari semua dimensi *people* memberikan penilaian positif pada sebagian besar responden.

Sejalan dengan penelitian Rahmawati pada tahun 2024, pada analisis bivariat menunjukkan ada hubungan antara petugas kesehatan/paramedis, dalam memilih layanan di Instalasi Rawat Jalan RSUD Syekh Yusuf Kabupaten Gowa, dengan nilai $p =$

0,000 ($p < 0,05$). Adanya hubungan pada variabel *people* karena sikap *attitude* dan *motivation* dari karyawan. *Attitud* dapat dinilai langsung oleh pasien melalui berbagai aspek, seperti penampilan karyawan, suara dalam bicara, *body language*, ekspresi wajah, dan tutur kata. Di samping itu, motivasi yang tinggi dari karyawan sangat dibutuhkan agar proses penyampaian informasi dan pelayanan kesehatan dapat berjalan dengan optimal dan sesuai harapan pasien.(Gobel, 2024) Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh petra dkk (2022) didapati hasil *p-value* lokasi terhadap keputusan menggunakan adalah sebesar 0.001, hal ini berimplikasi bahwa lokasi merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi sebuah keputusan pasien dalam memilih rumah sakit yang akan digunakan. Lokasi yang strategis, mudah dijangkau oleh kendaraan pribadi maupun umum, aman dan tidak bising akan semakin menguatkan pasien dalam memilih rumah sakit sebagai tempat untuk berobat.(Petra S, Hardono, 2022)

8) Hubungan Process dengan Keputusan Memilih

Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan pada 108 responden, frekuensi *process* yang merasakan tidak cepat adalah 39.8% dan pasien merasakan cepat adalah sebesar 60.2%. Untuk melihat hubungan antara *process* dengan keputusan memilih dilakukan analisis bivariat dan diperoleh pada tabel chi-square nilai *p-value* sebesar 0,000. Karena nilai *p-value* $< 0,05$, maka secara statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara nyata antara faktor proses (*process*) dengan keputusan pasien dalam memilih pelayanan rawat inap di RS X Kota Jambi.

Dalam penelitian ini, variabel *process* memiliki empat dimensi utama, yaitu kecepatan, kemudahan, ketelitian, serta penyampaian terhadap keluhan. Hasil penelitian menunjukkan adanya keterkaitan antara keputusan pasien untuk melakukan rawat inap dengan penilaian mereka terhadap proses pelayanan di rumah sakit, yang mencakup waktu pelayanan, kemudahan prosedur, ketelitian tindakan, dan penanganan keluhan pasien. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi pasien mengenai alur pelayanan tersebut turut berkontribusi menjadi penentu seseorang dalam mengambil keputusan pada rawat inap di Rumah Sakit X Kota Jambi. Semakin positif penilaian pasien terhadap *process*, maka akan semakin besar keputusan mereka dalam memilih pelayanan.

Berdasarkan hasil tanggapan responen dan wawancara, adanya hubungan karena proses pelayanan di rumah sakit dinilai sudah cepat dan mudah, di mana pasien langsung mendapatkan tindakan medis pertama dengan responsif, dokumen pendaftaran tidak menyulitkan, dan perawat rutin melakukan pemeriksaan berkala. Alur pendaftaran yang mudah juga ikut menjadi pertimbangan. Namun, kendala yang ditemukan ada pada

jadwal visit dokter yang tidak menentu, di dapati dokter spesialis yang tidak bisa melakukan kunjungan tetapi kunjungan tersebut diganti oleh dokter jaga sehingga pasien tetap memercayakan perawatan inapnya di rumah sakit ini.

Menurut asumsi peneliti, pasien yang sedang membutuhkan perawatan cenderung mengharapkan pelayanan yang cepat, mudah, dan tidak berbelit-belit agar segera memperoleh penanganan. Meskipun ditemukan celah pada jadwal visit dokter, kondisi tersebut tidak menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pasien

Temuan oleh mega (2023) sejalan dengan temuan pada peneliti kali ini. Didapati angka signifikansi sebesar $0,045 < 0,05$ menunjukkan hubungan antara variabel process dengan keputusan pembelian signifikan. proses yang baik dalam pemberian pelayanan kesehatan oleh rumah sakit seperti prosedur pendaftaran pasien yang mudah, antrian pasien yang cepat, upaya tindakan medis yang profesional oleh dokter maupun perawat, serta proses pemeriksaan yang tepat waktu maka akan mempengaruhi keputusan pasien untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan di suatu rumah sakit.(Mega et al., 2023) Selain itu, dapati juga temuan yang sama yaitu memiliki hubungan antara proses dengan Keputusan memilih. Pada penelitian Noviera (2024), Proses pelayanan yang efisien, cepat, dan jelas memberikan pengalaman positif bagi pasien, seperti yang ditunjukkan dalam penelitian ini ($p=0,009$). Ketika pasien merasakan prosedur administrasi yang cepat dan alur pelayanan yang jelas, mereka lebih cenderung merasa puas dan memilih layanan tersebut.(Sari et al., 2023)

9) Hubungan Physical Evidence dengan Keputusan Memilih

Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan pada 108 responden, frekuensi physical evidence yang merasakan tidak baik adalah 14.8% dan pasien merasakan baik adalah sebesar 85.2%. Untuk melihat hubungan antara physical evidence dengan keputusan memilih dilakukan analisis bivariat dan diperoleh pada tabel chi-square nilai $p-value$ sebesar 0,069. Karena nilai $p-value > 0,05$, maka secara statistik dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan secara nyata antara faktor bukti fisik (*physical evidence*) dengan keputusan pasien dalam memilih pelayanan rawat inap di RS X Kota Jambi.

Variabel *physical evidence* diukur melalui tiga dimensi utama, yaitu lingkungan, tata letak, serta fasilitas tambahan. Hasil penelitian menunjukkan tidak adanya keterkaitan antara keputusan pasien untuk melakukan rawat inap dengan penilaian mereka terhadap bukti fisik di rumah sakit, yang mencakup kenyamanan kondisi internal dan eksternal, kerapian tata letak, hingga ketersediaan fasilitas pendukung. Temuan ini

menegaskan bahwa persepsi pasien mengenai bukti fisik tersebut tidak turut berkontribusi menjadi penentu seseorang dalam mengambil keputusan pada rawat inap di Rumah Sakit X Kota Jambi.

Berdasarkan hasil tanggapan responden, sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap physical evidence rumah sakit. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas fisik rumah sakit secara umum telah dinilai baik oleh pasien. Namun, masih terdapat satu indikator yang memperoleh penilaian kurang baik yaitu ketersediaan fasilitas kantin

Peneliti berasumsi bahwa tidak adanya hubungan antara physical evidence dengan keputusan memilih layanan rawat inap disebabkan karena responden tidak lagi menjadikan fasilitas fisik sebagai faktor utama dalam menentukan pilihan rumah sakit. Responden cenderung lebih mempertimbangkan faktor lain yang dianggap lebih penting, seperti product, price, people dan process. Oleh karena itu, meskipun physical evidence dinilai baik oleh sebagian besar responden, variabel tersebut tidak menunjukkan hubungan dengan keputusan memilih layanan rawat inap

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Affifah (2025). Hasil statistik dalam penelitian tersebut menunjukkan *p-value* sebesar 0,241. Dengan kata lain, tidak ditemukan hubungan yang signifikan antara elemen *physical evidence* (bukti fisik) dengan keputusan pemilihan Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) oleh peserta JKN di wilayah kerja Puskesmas Simpang IV Sipin. Meskipun fasilitas fisik di FKTP yang dipilih dinilai baik oleh sebagian besar responden, keputusan pemilihan FKTP mungkin lebih dipengaruhi oleh faktor lain yang lebih penting bagi pasien, seperti kecepatan pelayanan, ketepatan waktu pemeriksaan, dan kemudahan akses ke layanan kesehatan, yang tidak terkait langsung dengan aspek fisik atau fasilitas FKTP. (Afifah et al., 2025) Penelitian ini tidak sejalan dengan hasil temuan Arum (2023), Hasil analisis mengenai hubungan *physical evidence* menunjukkan adanya hubungan yang signifikan pada Unit Rawat Jalan RS St. Carolus Summarecon Serpong, dengan perolehan *p-value* sebesar 0,001. Kondisi *physical evidence* yang nyaman terbukti memiliki kaitan erat dengan keputusan pasien, karena sarana fisik rumah sakit yang ditata dengan baik mampu menciptakan suasana yang baik dan membuat pasien merasa nyaman selama berada di rumah sakit. (Sari et al., 2023)

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara product, price, place, people, dan process dengan keputusan pasien dalam memilih pelayanan

rawat inap di RS X Kota Jambi. Sebaliknya, variabel promotion dan physical evidence tidak menunjukkan hubungan yang signifikan dengan keputusan pasien dalam memilih pelayanan rawat inap. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas produk layanan, kesesuaian biaya, kemudahan akses lokasi, kompetensi dan sikap petugas, serta efektivitas proses pelayanan merupakan faktor-faktor yang lebih berperan dalam memengaruhi keputusan pasien dibandingkan kegiatan promosi maupun aspek bukti fisik fasilitas rumah sakit.

Manajemen RS X Kota Jambi disarankan untuk memprioritaskan peningkatan kualitas layanan pada aspek product, price, place, people, dan process, melalui pengembangan mutu pelayanan, penetapan biaya yang kompetitif dan transparan, peningkatan aksesibilitas layanan, penguatan kompetensi serta pelayanan petugas, dan penyempurnaan alur pelayanan agar lebih cepat dan efisien. Selain itu, evaluasi terhadap strategi promosi dan pemeliharaan fasilitas fisik tetap perlu dilakukan agar mampu meningkatkan daya tarik rumah sakit dan mendukung keputusan pasien dalam memilih pelayanan.

DAFTAR REFERENSI

- Abdu, S., Patarru, F., Tinggi, S., Kesehatan, I., & Maris, S. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Rawat Inap Dengan Menggunakan Pendekatan Metode Servqual. *Jurnal Keperawatan Florence Nightingale (JKFN)*, 6(2), 52–58. <https://doi.org/10.52774/jkfn.v6i2.1117>
- Afifah, Z., Solida, A., & Mekarisce, A. A. (2025). Hubungan Marketing Mix dengan Keputusan Pemilihan Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama oleh Peserta JKN di Wilayah Kerja Puskesmas Simpang IV Sipin Kota Jambi. 6, 6341–6358.
- Agung, I. G., Putra, N., Januansyah, R., & Seha, H. N. (2024). Transformasi Efisiensi Pelayanan Rawat Inap : Analisis Multi-Dimensi Menggunakan Indikator Barber Johnson Transforming Inpatient Care Efficiency : A Multi- Dimensional Analysis Using Barber Johnson Indicators. *Bali Medika Jurnal*, 11(1), 17–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.36376/bmj.v11i1>
- Alfani, S., Widjanarko, B., & Sriatmi, A. (2023). Bauran pemasaran jasa (7P) terhadap keputusan pasien dalam memilih layanan di Rumah Sakit : Literature review. *Holistik Jurnal Kesehatan*, 17(1), 1–8.
- Article, O., Lestari, A. W., Pujiati, P., & Hakim, A. L. (2023). Hubungan Pelayanan Prima, Tarif Pelayanan dan Fasilitas dengan Kepuasan Pasien Rawat Jalan Umum di RS Hermina Mekarsari Tahun 2023. 03(04), 131–139.
- Arum Wahyuni. (2021). Efektivitas bauran pemasaran pada keputusan pembelian konsumen indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–17.
- Azwar Tryadi, M. (2021). Pengaruh Physical Evidence Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Surf Café Kota Bima). *Journal Scientific of Mandalika*, 2(7), 291–298.
- Bano, R., Elia, S., & Muinah, S. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik : Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. 8(1), 206–211.
- PMK NOMOR : 129/Menkes/SK/II/2008, (2008).
- Undang - Undang Nomor 40 Tahun 2009, (2009).
- BPK RI. (2022). Permenkes Nomor 40 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Bangunan, Prasarana dan Peralatan Medis Rumah Sakit. 1309, 1–290.
- Darwis, R., Rosmita, A., Fery, K., Amalia, D., Nini, N., Heriyantomi, Edy, S., & Try, P. A. (2022). Provinsi Jambi Tahun 2021. *Profil Kesehatan Provinsi Jambi Tahun 2021*, 08,

204.

- Dewi, A. N., & Setiawan, D. (2024). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Bisnis Kuliner Studi Kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot. *Great: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1), 5–23.
- Dinar, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Profesionalisme Tenaga Medis Terhadap Keputusan Konsumen Memilih RSUD Cibinong. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2).
- Dinas Kesehatan Provinsi Jambi. (2024). *Profil Kesehatan Provinsi Jambi Tahun 2024* (Issue 08).
- Fatih, F. Al, Lubis, N. P., Hsb, K. N., Guru, P., Ibtidaiyah, M., & Mandailing, S. (2026). Konsep Homogenitas dan Normalitas dalam Statistik serta Teknik Pengujiannya. *Educational Journal*, 1(3), 805–817.
- Feni., P. (2022). Strategi Rumah Sakit X dalam Menangkap Peluang Pasar di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(09). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i9.13858>
- Firdaus, F. P., Murdiyanto, E., & Munawaroh, N. A. (2025). *Pengaruh persepsi pasien tentang marketing mix terhadap pemanfaatan pelayanan rawat inap*. 19(3), 444–453.
- Firdawati., Rajab., M. & Munsir., N. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) terhadap Keputusan Pasien Memilih Layanan Kesehatan di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Aliyah 1 Tahun 2024. *Jurnal Pelita Sains Kesehatan*, 4(3), 18–30.
- Fitria, D., Mulyandi., E. (2021). Analisis Tata Kelola SMRS pada RS Royal Prima Jambi Menggunakan Framework Cobit 5.0 (Fokus Domain MEA01). *Jurnal Manajemen Teknologi Dan Sistem Informasi (JMS)*, 1, 24–34.
- Fitria, Kurniullah A, Efendi, et all. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis.
- Gobel, F. A. (2024). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Memilih Layanan Kesehatan pada Pasien Rawat Jalan di RSUD Syekh Yusuf Kabupaten Gowa*. 5(1), 99–107.
- Ilmu, J., & Manajemen, R. (2022). Pengaruh Proactive Service, People, dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Nasabah di Salah Satu Bank Swasta di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11.
- Jelita. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bed Occupancy Rate (BOR) Rumah Sakit Tentara Kabupaten Sintang Jelita Sihombing Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya Bandung , Indonesia. *Jurnal Sosial Dan Sains (SOSAINS)*, 4, 1332–1350.
- Kartikasari, D. (2019). *Administrasi Rumah Sakit* (Indah Tri. (ed.)). Wineka Media.
- Kementerian kesehatan RI. (2021). Profil Kesehatan Indonesia. In *Kesehatan Indonesia*. Jakarta.
- Kementerian Kesehatan RI. (2011). *Petunjuk Teknis Sistem Informasi Rumah Sakit 2011*.
- Kementrian Kesehatan RI. (2024). *Profil Kesehatan Indonesia 2024*.
- Kia, Irawan, D., & Wibowo, A. (2025). Peralaman Jumlah Pasien Rawat Inap dan Rawat Jalan di RSUD Prof. Dr. W.Z Johannes Kupang Menggunakan Metode Trend Moment. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 9(6), 10844–10852.
- Mardiana, D., & Sijabat, R. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. 6(1), 9–13.
- Mega, A. E., Drastyana, S. F., Rizky, M. R., & Sutha, D. W. (2023). Keputusan Pembelian Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Wiyung Sejahtera: Kajian Terhadap Bauran Pemasaran. *Jurnal Ilmu Kebidanan*, 157–163.
- Mulyatno, N. (2025). *Implementasi Marketing Mix di Klinik Faskes I*. 8(1), 359–369. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika>
- Mutia M, P. (2022). Application Of The 7P Mix Marketing On Patient Satisfaction At Hospital. *Malahayati Nursing Journal*, 4, 2270–2281.

- Nada., Sifra., Chairul., et all. (2022). *Marketing 4.0: Konsep dan Implementasinya* (Sudirman A (ed.)). Meida Sains Indonesia.
- Nadiatul, K. & Sri, w. (2024). Penerapan Bauran Pemasaran 4P pada Astiga Leather Tahun 2024. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 142–151.
- Nugraha, A. F., David, I., Danusiswanta, A., & Raharjo, R. (2026). Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak Hospital Cengkareng. *Jurnal Manajemen Dan Administrasi Rumah Sakit (MARSI)*, 10(2).
- Nunumete, L. S., & Andriany, D. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Online Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Anggota AMGPM Ranting Wayame I). *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(2), 527–537.
- Nur, m., & Saihu, M. (2024). Pengolahan Data. *Scientica: Jurnal Ilmiah Sain Dan Teknologi*, 2, 163–175.
- Nur A., Ginanjar E., et all. (2020). Analisis Pemasaran Rumah Sakit Berbasis Bukti. *Jurnal ARSI*, 7, 33–39.
- Nurhayaty, M. (2022). *Strategi mix marketing (product, price, place, promotion, eople, process, physical evidence) 7p di pd rasa galendo kabupaten ciamis*. 08(02), 119–127.
- Nyi Ani, Yudo Kisworo, E. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Bimbingan Belajar (Studi Kasus Yayasan An-Naml Kemayoran Jakarta Pusat). *Jurnal Fokus Dan Manejemen Bisnis*, 4(2), 41–59.
- Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 30 Tahun 2019 tentang Klasifikasi dan Perizinan Rumah Sakit. (2020). 3, 1–80.
- Petra S, Hardono, M. (2022). *Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Menggunakan Rumah Sakit Dr. Soetarto Yogyakarta*. 19, 66–79.
- Priska, G., Sumleng, B., Adrianto, R., Ar, C., & Pakki, B. (2025). *Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan Pada Pasien Rawat Jalan di Puskesmas Bontang Selatan 1*. 8(1), 33–41.
- Priyadi, A., Widayati, C. C., Perkasa, D. H., Al, M., Abdullah, F., Ekhsan, M., Nusantara, U. D., Buana, U. M., Bangsa, U. P., Pelayanan, K., & Pembelian, K. (2024). Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Gramedia Mall Central Park. *Journal of Managemen and Bussines*, 6, 781–791.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cv. Alfabeta.
- Rachman, D. A., & Anisa, N. (2025). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pelayanan Kesehatan Di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji Analysis Of Health Services Marketing Mix Strategy At Labuang Baji Regional Public Hospital Artikel Penelitian*. 8(11), 7147–7155. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i11.9293>
- Rahman, A. (2020). *Pemasaran Jasa Rumah Sakit* (A. Syariati & Penyelaras (Eds.)). Alauddin University Press.
- Rahmawati, T., & Ramadhika, A. (2024). Analisis Sistem Dan Kompleksitas Pelayanan Rumah Sakit Tarisa. *Economics and Digital Business Review ISSN*, 5(2), 764–769.
- Rawat, P., Di, I., Sakit, R., Ridhoka, S., Manajemen, M., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pilihan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Syariah Ridhoka Salma Cikarang Barat. *Jurnal GICI: Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 17(2).
- Refi Meriska, D. S. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih CU Cinta Kasih Tigapanah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jmb)*, 21, 31–47.
- Rochmiati., S. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pilihan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Syariah. *Jurnal Kesehatan Masyarakat STIKES Cendekia Utama Kudus*, 152–164.
- Roziq, N., Perdana, G., & Sudarman, B. P. (2025). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran 7P Terhadap Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit : Literature Review*. 4(3), 1474–1483.

- Sadali, M. I., Alfana, M. A. F., Hadijah, Z., Rosewidiadari, E. L., & Andika, R. (2022). Dominasi kota sebagai konsentrasi fasilitas kesehatan (Studi kasus : Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Perencanaan Partisipasi*, 17. <https://doi.org/10.20961/region.v17i1.44948>
- Sari, A. F., Zelfino, E., Mustikawati, I. S., Veronika, E., Studi, P., Masyarakat, K., & Unggul, U. E. (2023). *Relationship Between the 7P Marketing Mix (Product , Price , Promotion , Place , Process , People , and Physical Evidence) and Patient Loyalty in the Outpatient Unit of St . Carolus Summarecon Serpong Hospital in 2021 Hubungan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P (Product , Price , Promotion , Place , Process , People , Dan Physical Evidence) Dengan Loyalitas Pasien Di Unit Rawat Jalan Rumah Sakit St . Carolus Summarecon Serpong*. 5(1), 32–40.
- Sembiring, E. F., Sosial, I., & Batam, U. P. (2022). Pengaruh harga , promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah KPR subsidi di PT Sinar Jaya Putra Kampar Batam. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(1), 117–126.
- Shalamah, U. H., & Indrawati, F. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Kunjungan Ulang di Balai Kesehatan*. 5(1), 145–157.
- Simbolon, P., Laia, T. C., Putri, L., & Hulu, C. (2025). Edukasi Penggunaan Tempat Tidur. *Jurnal Bersama Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 18–24. <https://doi.org/10.55123/samamas>
- Suprptono, B., Rajab, M. Al, Harun, M. F., Salim, N. A., Kurniawati, F., Setiana, I., Radne, I., Putri, R., & Adnan, S. (2025). *Manajemen Operasional dan Pemasaran Rumah Sakit*. Eureka Media Aksara.
- Supriyanto, S., Wartiningsih, M., Kodrat, D. S., & Djuari, L. (2023). *Administrasi Rumah Sakit*. Zifatama Jawa.
- Syafitri, D. E. (2024). Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran pada Bisnis Agrowisata (Studi Kasus CV . Empang Emak Niyah). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(2), 191–219.
- Syarifudin, Silvya, W. (2022). *Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran* (J. B. Maramis (Ed.)). Cv. Istana Agency.
- Thohari, F. & D. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan Kesehatan Rumah Sakit. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(6).
- Tonis, M., Yuliana, A. S., Handoko, B., & Erlisa, H. (2024). Strategi bauran pemasaran dengan keputusan memilih layanan kesehatan bagi pasien di unit rawat jalan rumah sakit pelita. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 8, 5572–5579.
- Tumurang, M. (2024). *Metodologi Penelitian* (O. Alifariki, L (Ed.)). Media Pustaka Indo.
- Wibowo. (2025). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Berkunjung kembali Pasien Rawat Inap BPJS Kesehatan di Klinik PKI Muhammadiyah Pemalang*. 5(2), 1549–1562.
- Yunitasari, E., Triningsih, A., & Pradanie, R. (2020). Analysis of Mother Behavior Factor in Following Program of Breastfeeding Support Group in the Region of Asemrowo Health Center, Surabaya. *NurseLine Journal*, 4(2), 94. <https://doi.org/10.19184/nlj.v4i2.11515>
- Yustina, E. W. (2012). *Hukum Rumah Sakit*. CV Keni Media.