

Abstrak

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT INAP DI RUMAH SAKIT UMUM HIDAYAH PURWOKERTO

La Re Nande Sangraena¹, Budi Aji², Arif Kurniawan³

Latar Belakang: Pelayanan rawat inap sebagai salah satu jenis pelayanan di rumah sakit yang memerlukan aspek penilaian yang berkualitas untuk memberikan kepuasan kepada pasien. Pada studi pendahuluan di RSUD Hidayah Purwokerto, beberapa pasien merasakan bahwa fasilitas di RSUD Hidayah Purwokerto kurang memuaskan. Didukung dengan nilai BOR yang menurun dari tahun 2017-2018 yang nilainya dibawah standar ideal Depkes RI 60-85%. Salah satu faktor yang mempengaruhi BOR adalah pemasaran. Bauran pemasaran adalah strategi pemasaran yang dilakukan secara bersama untuk meyakinkan objek pemasaran yang dituju. Rumah sakit memerlukan pengembangan strategi bauran pemasaran yang tepat untuk menunjang dan membuat pendapatan menjadi stabil. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran berupa *product*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence* terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUD Hidayah Purwokerto.

Metode: Jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan *cross-sectional* dan teknik *purposive sampling*. Populasi seluruh pasien rawat inap pada tahun 2018 yaitu sebanyak 2.178 pasien dengan sampel 53. Analisis yang digunakan univariat, bivariat dengan *chi square* dan multivariat dengan regresi logistik.

Hasil Penelitian: Hasil analisis bivariat menunjukkan variabel yang berhubungan: *product* ($p=0,011$), *place* ($p=0,024$), *promotion* ($p=0,040$), *people* ($p=0,011$) dan *process* ($p=0,000$) sedangkan yang tidak berhubungan: *physical evidence* ($p=0,086$). Hasil analisis multivariat menunjukkan variabel yang berpengaruh: *place* dan *process*.

Simpulan: Ada pengaruh bauran pemasaran *place* dan *process* terhadap kepuasan pasien rawat inap.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Kepuasan Pasien.

Abstract

THE EFFECT OF MARKETING MIX ON SATISFACTION OF HOSPITAL PATIENTS IN HIDAYAH PUWOKERTO HOSPITAL

La Re Nande Sangraena¹, Budi Aji², Arif Kurniawan³

Background: Inpatient services as one type of service in hospitals that require quality assessment aspects to provide satisfaction to patients. In the preliminary study at Hidayah Purwokerto Hospital, some patients felt that the facilities at Hidayah Purwokerto Hospital were unsatisfactory. Supported by the declining BOR value from 2017-2018 whose value is below the Ministry of Health RI ideal standard of 60-85%. One factor that affects BOR is marketing. Marketing mix is a marketing strategy that is carried out together to convince the intended marketing object. Hospitals require the development of an appropriate marketing mix strategy to support and make income stable. The aim is to determine the effect of marketing mix in the form of product, place, promotion, people, process, and physical evidence on inpatient satisfaction at Hidayah Hospital Purwokerto.

Methods: This research is a quantitative research with cross-sectional approach and purposive sampling technique. The population of all inpatient in 2018 was 2,178 with sample 53 patients. The analysis with univariate, bivariate with chi square test and multivariate with multiple logistic regression.

Results: Bivariate analysis showed related variables: product ($p=0,011$), place ($p=0,024$), promotion ($p=0,040$), people ($p=0,011$) and process ($p=0,000$) while unrelated: physical evidence ($p=0,086$). The results of multivariate analysis showed influential variable: place dan process.

Conclusion: There are influence on the quality of facilities, administration services and nurse services on reutilization of inpatient in Hidayah Hospital.

Keywords: Marketing Mix, Satisfaction of Patients