BUKTI KORESPONDENSI CORRESPONDING AUTHOR

ARTIKEL JURNAL NASIONAL TERINDEKS SINTA 4

Judul artikel : “Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak Hospital Cengkareng”.

Jurnal : Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARSI), Volume 10, no. 2, (2026), April: 1553-1570.

Penulis : Alfajri Febri Nugraha, Ignatius David Anthony Danusiswanta, Raihan Raharjo, Juni Chudri

No.	Perihal	Tanggal
1.	Bukti pengiriman file artikel	14 April 2026
2.	Bukti komentar reviewer 1 dan 2	21 April 2026
3.	Upload file checklist review oleh reviewer dan editor decision	20 Mei 2026
4.	Bukti copyediting artikel dan final copyedit	30 Mei 2026

1. Bukti pengiriman file artikel

14 April 2026

JURNAL
MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT INDONESIA (MARSI)
e-ISSN : 2685-6328
p-ISSN : 6285-6298
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Respati Indonesia

Archive

ACTIVE **ARCHIVE**

ID	MM-DD SUBMIT	SEC	AUTHORS	TITLE	STATUS
8477	04-14	ART	Nugraha, Danusiswanta, Raharjo, Chudri	ANALISA BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PASIEN DALAM...	Vol 10, No 2 (2026): Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARSI)
8502	04-20	ART	Shanti, Taba, Chudri	PERAN HUMAS DALAM MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN RUMAH SAKIT...	Vol 10, No 2 (2026): Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARSI)

Start a New Submission

CLICK HERE to go to step one of the five-step submission process.

Refbacks

ALL NEW PUBLISHED IGNORED

	DATE ADDED	HITS	URL	ARTICLE	TITLE	STATUS	ACTION
☐	2026-05-30	2	https://doi.org/10.52643/marsi.v10i2.8502	Peran Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Rumah Sakit : Systematic Review	—	New	EDIT | DELETE
☐	2026-05-30	2	https://doi.org/10.52643/marsi.v10i2.8477	Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak Hospital Cengkareng	—	New	EDIT | DELETE
☐	2026-05-31	2	http://m.baidu.com/	Peran Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Rumah Sakit : Systematic Review	—	New	EDIT | DELETE
☐	2026-05-31	2	http://m.baidu.com/	Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak Hospital Cengkareng	—	New	EDIT | DELETE
☐	2026-06-01	1	https://ejournal.urindo.ac.id/	Peran Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Rumah Sakit : Systematic Review	—	New	EDIT | DELETE
☐	2026-06-02	1	https://www.perplexity.ai/	Peran Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Rumah Sakit : Systematic Review	—	New	EDIT | DELETE
☐	2026-	2	https://dx.doi.org/10.52643/marsi.v10i2.8477	Analisa Bauran	—	New	EDIT |

	06-03	2	https://dx.doi.org/10.52643/marsi.v10i2.8477	Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak Hospital Cengkareng	—	New	EDIT | DELETE
☐	2026-06-06	4	https://scholar.google.com/	Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak Hospital Cengkareng	—	New	EDIT | DELETE
☐	2026-06-06	1	https://scholar.google.co.id/	Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak Hospital Cengkareng	—	New	EDIT | DELETE
☐	2026-06-08	4	https://scholar.google.com/	Peran Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Rumah Sakit : Systematic Review	—	New	EDIT | DELETE
☐	2026-06-08	2	https://ejournal.urindo.ac.id	Peran Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Rumah Sakit : Systematic Review	—	New	EDIT | DELETE
☐	2026-06-08	2	https://scholar.google.co.id/	Peran Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Rumah Sakit : Systematic Review	—	New	EDIT | DELETE
☐	2026-06-08	1	https://ejournal.urindo.ac.id	Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak Hospital Cengkareng	—	New	EDIT | DELETE
☐	2026-06-09	1	https://www.semanticscholar.org/	Peran Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Rumah Sakit : Systematic Review	—	New	EDIT | DELETE
☐	2026-06-14	1	https://dx.doi.org/10.52643/marsi.v10i2.8502	Peran Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Rumah Sakit : Systematic Review	—	New	EDIT | DELETE

0 - 0 of 15 Items

Publish Ignore Delete Select All

HUBUNGI KAMI

RECOMMENDED TOOLS :

turnitin

MENDELEY

grammarly

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Crossref

RELAWAN JURNAL INDONESIA

statcounter

View My Stats

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak *Hospital* Cengkareng

Alfajri Febri Nugraha[1], Ignatius David Anthony Danusiswanta[2], Raihan Raharjo[3], dan Juni Chudri[4]
[1,2,3]Program Studi Kedokteran, Fakultas Kedokteran, Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia
[4]Departemen Fisiologi, Program Studi Kedokteran, Fakultas Kedokteran, Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia

drjunichudri@trisakti.ac.id

Abstrak (maksimum 250 kata)

Persaingan yang ketat di sektor layanan kesehatan mendorong rumah sakit untuk tidak hanya menyediakan pelayanan klinis bermutu, tetapi juga menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Salah satu pendekatan yang potensial dalam mempengaruhi pilihan pasien terhadap layanan, termasuk kebidanan, adalah bauran pemasaran jasa (7P). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi kaitan antara bauran pemasaran 7P dengan pilihan pasien terhadap layanan di poli kebidanan Radjak *Hospital* Cengkareng. Studi kuantitatif dengan rancangan potong lintang dilakukan pada 37 responden yang diambil secara purposif. Instrumen berupa kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data, lalu dianalisis memakai uji *Fisher Exact*. Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan bermakna antara variabel *People* (p=0,002), *Process* (p=0,001), dan *Physical evidence* (p=0,036) terhadap keputusan pasien. Sementara itu, variabel *Product* (p=0,582), *Price* (p=0,083), *Promotion* (p=0,099), dan *Place* (p=1,000) tidak menunjukkan hubungan yang signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengalaman selama menerima layanan, terutama interaksi dengan petugas kesehatan, efisiensi prosedur, serta kondisi fasilitas, menjadi faktor utama dalam proses pengambilan keputusan oleh pasien. Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa pilihan pasien pada layanan kebidanan lebih banyak ditentukan oleh aspek pengalaman dibandingkan dengan atribut pemasaran konvensional. Oleh sebab itu, peningkatan kualitas sumber daya manusia, optimalisasi prosedur pelayanan, dan perbaikan lingkungan fisik harus menjadi prioritas dalam strategi pemasaran rumah sakit.

Kata kunci: strategi pemasaran, bauran pemasaran, keputusan pasien, layanan kebidanan, rumah sakit.

Abstract

In the increasingly competitive healthcare landscape, Hospitals are required not only to offer high-quality clinical services but also to deploy effective marketing strategies. The service marketing mix (7Ps) is a potential approach to influence patients' decisions in selecting healthcare services, including obstetric care. This study aims to analyze the relationship between the marketing mix (7Ps) and patient decisions in choosing services at the obstetrics clinic of Radjak Hospital Cengkareng. A quantitative design with a cross-sectional approach was employed, involving 37 respondents selected through purposive sampling. Data were collected via a structured questionnaire and analyzed using Fisher's Exact test. The results revealed that the variables People (p=0.002), Process (p=0.001), and Physical evidence (p=0.036) were significantly associated with patient decisions. In contrast, Product (p=0.582), Price (p=0.083), Promotion (p=0.099), and Place (p=1.000) showed no significant associations. These findings suggest that service experience—particularly interactions with healthcare providers, procedural efficiency, and facility conditions—plays a key role in patient decision-making. In conclusion, patient decisions in obstetric services are more influenced by experiential factors than by conventional

marketing attributes. Therefore, improving human resources, optimizing service Processes, and enhancing the physical environment should be prioritized in Hospital marketing strategies.

Keywords : *marketing strategies, marketing mix, patient decision, obstetric services, Hospital.*

PENDAHULUAN (11 PT, BOLD)

Rumah sakit memegang peranan penting sebagai institusi pelayanan kesehatan dalam upaya meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Di era persaingan layanan kesehatan yang semakin kompetitif, rumah sakit tidak hanya diharapkan memberikan pelayanan medis yang bermutu, tetapi juga perlu menyusun strategi pemasaran yang tepat guna menarik dan mempertahankan pasien. Bauran pemasaran jasa (*marketing mix*) yang mencakup tujuh komponen utama, yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Process,* dan *Physical evidence*, merupakan salah satu pendekatan yang banyak diadopsi. Layanan kesehatan memiliki karakteristik unik, yaitu tidak berwujud (*intangible*), produksi dan konsumsi berlangsung bersamaan (*inseparable*), bervariasi (*variability*), serta tidak dapat disimpan (*perishability*). Karakteristik ini menyebabkan pasien cenderung menilai layanan secara holistik, tidak hanya berdasarkan aspek medis semata. Akibatnya, keputusan untuk memilih layanan kesehatan sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap mutu pelayanan secara menyeluruh.[1–3]

Dalam proses pengambilan keputusan, pasien pada umumnya mempertimbangkan berbagai aspek, seperti pengalaman selama menerima pelayanan, kualitas interaksi dengan tenaga kesehatan, kemudahan prosedur, serta kenyamanan fasilitas. Hal ini menjadi sangat penting pada layanan kebidanan yang berhubungan langsung dengan keselamatan ibu dan anak, sehingga unsur kepercayaan, rasa aman, dan kenyamanan menjadi pertimbangan utama. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa dimensi *People*, *Process*, dan *Physical evidence* memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk kepuasan dan keputusan pasien.[4,5] Di sisi lain, tidak semua komponen bauran pemasaran memberikan pengaruh yang sama. Dalam konteks Jaminan Kesehatan Nasional (JKN), faktor harga cenderung kurang dominan karena sebagian besar biaya pelayanan ditanggung oleh skema asuransi.[6] Selain itu, keputusan pasien sering pula dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu dan rekomendasi dari lingkungan sosial (*word-of-mouth*) yang dianggap lebih dapat dipercaya dibandingkan promosi formal.[7]

Radjak *Hospital* Cengkareng merupakan salah satu rumah sakit swasta di Jakarta Barat yang menyediakan layanan kebidanan yang cukup diminati masyarakat. Namun, belum diketahui secara pasti elemen bauran pemasaran mana yang paling dominan mempengaruhi keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan di rumah sakit tersebut. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana hubungan elemen bauran pemasaran 7P terhadap keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan di Radjak *Hospital* Cengkareng. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara setiap elemen bauran pemasaran, yaitu *Product, Price, Promotion, Place, People, Process*, dan *Physical evidence*, dengan keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu manajemen rumah sakit, khususnya terkait penerapan bauran pemasaran dalam meningkatkan keputusan pemanfaatan layanan kesehatan. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen rumah sakit dalam menyusun strategi pemasaran dan peningkatan mutu pelayanan kebidanan, serta menjadi masukan bagi tenaga kesehatan dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji topik serupa.

METODE

Penelitian ini menerapkan desain kuantitatif deskriptif analitik dengan pendekatan potong lintang (*cross-sectional*) untuk mengkaji hubungan antara bauran pemasaran 7P dan keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan di Radjak *Hospital* Cengkareng. Pengambilan data dilakukan pada bulan Juni 2025

di poli kebidanan. Populasi penelitian adalah seluruh pasien rawat jalan poli kebidanan, dengan sampel sebanyak 37 responden yang dipilih secara purposive sampling. Kriteria inklusi meliputi pasien yang bersedia menjadi responden dan mampu mengisi kuesioner, sedangkan kriteria eksklusi adalah pasien yang tidak memungkinkan untuk berpartisipasi.

Instrumen yang digunakan berupa kuesioner terstruktur yang mengacu pada instrumen Reza LY, yang telah disesuaikan dengan konteks pelayanan kebidanan.[8] Variabel yang diukur meliputi bauran pemasaran (*Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical evidence*) dan keputusan pasien. Setiap variabel umumnya terdiri dari 5 item pertanyaan, kecuali *Physical evidence* yang terdiri dari 4 item. Pengukuran dilakukan menggunakan skala *Likert* 4 poin. Penilaian kemudian dikategorikan menjadi baik dan kurang baik dengan metode interval. Skor tertinggi adalah 20 (100%) dan terendah 5 (25%), menghasilkan rentang 75%. Dengan dua kategori, diperoleh interval 37,5% sehingga batas (*cut off*) ditetapkan pada 62,5% (100%–37,5%). Kriteria penilaian adalah baik (≥62,5%) dan kurang baik (<62,5%).

Pengumpulan data dilakukan secara langsung setelah pelayanan dengan persetujuan responden dan jaminan kerahasiaan. Analisis data meliputi analisis univariat (distribusi frekuensi) dan bivariat menggunakan uji *Fisher Exact* dengan tingkat signifikansi p<0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Radjak *Hospital* Cengkareng merupakan salah satu rumah sakit swasta yang berada di bawah naungan Radjak *Hospital* Group dan memiliki lokasi yang strategis di wilayah Jakarta Barat. Rumah sakit ini menjadi rujukan masyarakat sekitar, terutama dalam pelayanan kebidanan yang menjadi salah satu layanan unggulan. Untuk mengetahui efektivitas strategi pemasaran rumah sakit terhadap keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan, dilakukan penelitian kuantitatif yang melibatkan 37 responden dengan menggunakan pendekatan bauran pemasaran 7P (*Product*, *Price*, *Promotion*, *Place*, *People*, *Process*, dan *Physical evidence*).

Tabel 1. Distribusi Karakteristik Responden di Radjak *Hospital* Cengkareng

	Kategori	Jumlah (%)
Usia	Remaja akhir (17-25 tahun)	9 (24,3%)
	Dewasa awal (26-35 tahun)	28 (75,6%)
Alamat (kelurahan)	Cengkareng Barat	13 (35,1%)
	Cengkareng Timur	10 (27%)
	Duri Kosambi	4 (10,8%)
	Kapuk	3 (8,1%)
	Kedaung Kali Angke	2 (5,4%)
	Rawa Buaya	4 (10,8%)
	Lainnya	1 (2,7%)
Pendidikan	Tidak sekolah	0 (0%)
	SD/sederajat	0 (0%)
	SMP/sederajat	0 (0%)
	SMA	15 (40,5%)
	D1-D3	0 (0%)
	S1	22 (59,4%)
	S2-S3	0 (0%)
Pekerjaan	PNS/TNI/POLRI	2 (5,4%)
	Pegawai swasta	16 (43,2%)
	Wiraswasta	2 (5,4%)
	Buru tani/nelayan	0 (0%)
	Mahasiswa/pelajar	1 (2,7%)
	Tidak bekerja	16 (43,2%)
Kunjungan	Pertama kali	29 (78,3%)
	Berulang	8 (21,6%)
Sumber Biaya	BPJS Kesehatan	27 (72,9%)
	Asuransi swasta	9 (24,3%)
	Biaya pribadi	1 (2,7%)

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 37 responden di Poli Kebidanan Radjak *Hospital* Cengkareng, mayoritas responden berada pada usia 20–35 tahun (81,1%), berpendidikan tinggi (91,9%), tidak bekerja (62,2%), dan menggunakan BPJS (78,4%). Dominasi usia reproduktif menunjukkan tingginya kebutuhan layanan kebidanan pada kelompok usia tersebut, sementara tingkat pendidikan yang tinggi berpotensi meningkatkan kemampuan pasien dalam memahami informasi dan mengambil keputusan terkait layanan kesehatan. Tingginya penggunaan BPJS mengindikasikan bahwa akses

pembiayaan melalui Jaminan Kesehatan Nasional menjadi faktor penting dalam pemanfaatan layanan, sehingga pertimbangan biaya tidak menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan pasien.[3,6,7]

Tabel 2. Analisis Karakteristik Responden

Variabel	Kategori	Jumlah (%)
Product (Produk)	Baik	33 (89,19%)
	Kurang baik	4 (10,81%)
Price (Harga)	Baik	29 (78,38%)
	Kurang baik	8 (21,62%)
Promotion (Promosi)	Baik	35 (94,59%)
	Kurang baik	2 (5,41%)
Place (Lokasi)	Baik	29 (78,38%)
	Kurang baik	8 (21,62%)
People (SDM)	Baik	30 (81,08%)
	Kurang baik	7 (18,92%)
Process (Proses)	Baik	26 (70,27%)
	Kurang baik	11 (29,73%)
Physical evidence (Bukti Fisik)	Baik	8 (21,62%)
	Kurang baik	29 (78,38%)
Keputusan memilih	Baik	25 (67,57%)
	Kurang baik	12 (32,43%)

Pada variabel bauran pemasaran, seluruh komponen umumnya dinilai baik oleh sebagian besar responden. Variabel *People* (83,8%), *Process* (81,1%), dan *Physical evidence* (78,4%) merupakan aspek dengan penilaian tertinggi, menunjukkan bahwa kualitas interaksi tenaga kesehatan, alur pelayanan, dan kondisi fasilitas fisik menjadi faktor dominan dalam membentuk persepsi positif pasien. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa aspek sumber daya manusia dan proses pelayanan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan serta keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan.[1,4] Variabel *Product* (75,7%) dan *Place* (73,0%) juga dinilai baik, yang menunjukkan bahwa jenis layanan serta aksesibilitas rumah sakit telah sesuai dengan kebutuhan pasien.

Sebaliknya, variabel *Promotion* memiliki proporsi penilaian baik terendah (56,8%), mengindikasikan bahwa strategi promosi belum optimal dalam menjangkau atau memengaruhi pasien. Dalam konteks pelayanan kesehatan, promosi yang efektif tidak hanya terbatas pada media iklan, tetapi juga mencakup edukasi kesehatan dan komunikasi interpersonal yang dapat meningkatkan kepercayaan pasien.[2] Sementara itu, variabel *Price* (64,9%) tetap dinilai baik meskipun sebagian besar responden menggunakan BPJS, yang menunjukkan bahwa persepsi biaya tetap dipertimbangkan dalam kaitannya dengan kualitas layanan yang diterima.

Pada variabel keputusan pasien, sebagian besar responden berada pada kategori baik (83,8%), yang menunjukkan bahwa secara umum pasien memiliki keputusan positif dalam memilih layanan kebidanan di Radjak *Hospital* Cengkareng. Hal ini mengindikasikan bahwa kombinasi elemen bauran pemasaran yang diterapkan telah mampu memenuhi harapan pasien. Selain itu, faktor pengalaman pelayanan dan kepercayaan juga berperan dalam memperkuat keputusan pasien dalam memilih dan menggunakan kembali layanan kesehatan.[5]

Tabel 3. Uji Bivariat Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Memilih

Variabel	Kategori	Keputusan Memilih		*p-value*
		Baik	Kurang baik	
Product (Produk)	Baik	23	10	0,582*
	Kurang baik	2	2	
Price (Harga)	Baik	22	7	0,083*
	Kurang baik	3	5	
Promotion (Promosi)	Baik	25	10	0,099*
	Kurang baik	0	2	
Place (Lokasi)	Baik	20	9	1,000*
	Kurang baik	5	3	
	Baik	24	6	0,002*

People (SDM)	Kurang baik	1	6	
Process (Proses)	Baik	22	4	0,001*
	Kurang baik	3	8	
Physical evidence (Bukti Fisik)	Baik	8	0	0,036*
	Kurang baik	17	12	

* uji *Fisher Exact* dengan tingkat signifikansi p<0,05

Analisis bivariat menggunakan uji *Fisher Exact* menunjukkan bahwa hanya tiga variabel bauran pemasaran yang berhubungan signifikan dengan keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan di Radjak *Hospital* Cengkareng, yaitu *People* (SDM) (p=0,002), *Process* (proses) (p=0,001), dan *Physical evidence* (bukti fisik) (p=0,036). Sementara itu, variabel *Product* (p=0,582), *Price* (p=0,083), *Promotion* (p=0,099), dan *Place* (p=1,000) tidak menunjukkan hubungan signifikan. Temuan ini mencerminkan bahwa dalam konteks layanan kebidanan berbasis JKN dan karakteristik layanan kesehatan yang bersifat intangible, faktor pengalaman pelayanan menjadi lebih dominan dibandingkan atribut pemasaran tradisional.

Hubungan *Product* (Produk) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk tidak memiliki hubungan signifikan dengan keputusan pasien (p=0,582). Secara teoretis, produk dalam layanan kesehatan mencakup jenis pelayanan, kelengkapan fasilitas medis, serta mutu klinis. Namun, karakteristik layanan kesehatan yang bersifat intangible dan credence goods menyebabkan pasien kesulitan mengevaluasi kualitas produk secara objektif, bahkan setelah layanan diterima. Hal ini menjadikan produk bukan sebagai determinan utama dalam pengambilan keputusan.

Temuan ini didukung oleh Massie yang menyatakan bahwa pasien lebih mengandalkan kepercayaan terhadap tenaga medis dibandingkan pemahaman terhadap spesifikasi layanan.[5] Selain itu, Putra dan Gani dalam *systematic review* juga menegaskan bahwa dimensi produk sering kali tidak signifikan karena keterbatasan literasi kesehatan pasien dalam menilai kualitas klinis.[9]

Selain itu, penelitian oleh Mandasari di salah satu rumah sakit di Sumatera Utara menunjukkan bahwa dimensi produk dapat berpengaruh terhadap keputusan pasien apabila terdapat diferensiasi layanan yang jelas dan spesifik, seperti layanan unggulan atau teknologi medis tertentu.[10] Namun pada kondisi layanan yang relatif homogen seperti di Radjak *Hospital* Cengkareng, pengaruh tersebut menjadi tidak dominan. Penelitian oleh Tonis di unit rawat jalan rumah sakit swasta di Riau juga menegaskan bahwa persepsi terhadap produk layanan kesehatan sering kali terbentuk melalui pengalaman pelayanan secara keseluruhan, bukan dari atribut produk itu sendiri.[11]

Namun demikian, hasil ini bertentangan dengan penelitian oleh Imanda yang menemukan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien, terutama pada rumah sakit dengan diferensiasi layanan yang jelas.[12] Perbedaan ini dapat dijelaskan oleh konteks Radjak *Hospital* Cengkareng, di mana variasi layanan kebidanan antar fasilitas relatif homogen sehingga tidak menjadi faktor pembeda utama. Dalam layanan di poli kebidanan Radjak *Hospital* Cengkareng, pasien lebih mempertimbangkan "siapa yang memberikan layanan" dibandingkan "apa jenis layanan yang diberikan". Hal ini menunjukkan bahwa produk dalam layanan kebidanan lebih dipersepsikan melalui representasi SDM, bukan atribut teknisnya.

Hubungan *Price* (Harga) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Variabel harga tidak memiliki hubungan signifikan (p=0,083), yang menunjukkan bahwa biaya bukan faktor utama dalam keputusan pasien. Hal ini sangat dipengaruhi oleh dominasi penggunaan BPJS Kesehatan, sehingga pasien tidak merasakan beban biaya secara langsung.

Menurut Profil Kesehatan Indonesia tahun 2023, sistem JKN telah meningkatkan akses layanan kesehatan dengan menurunkan hambatan finansial.[6] Hal ini diperkuat oleh penelitian Jaya et al. di Makasar yang menyatakan bahwa dalam sistem pembiayaan asuransi, sensitivitas terhadap harga menjadi rendah.[13] Selain itu,

layanan kesehatan bersifat inelastis, di mana permintaan tidak terlalu dipengaruhi oleh perubahan harga karena berkaitan dengan kebutuhan dasar dan keselamatan pasien. Oleh karena itu, pasien cenderung lebih fokus pada kualitas layanan dibandingkan biaya.

Hasil ini juga didukung oleh Larasati dalam penelitiannya pada salah satu klinik di kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur yang menyatakan bahwa pada era JKN, faktor harga cenderung tidak signifikan karena pasien lebih mempertimbangkan kemudahan akses dan kualitas layanan.[14] Selain itu, penelitian Anin pada salah satu rumah sakit di Makasar menemukan bahwa dalam layanan kesehatan, faktor kebutuhan (*need-based demand*) membuat pasien tetap menggunakan layanan meskipun terjadi variasi harga.[15] Hal ini memperkuat bahwa harga bukan determinan utama dalam konteks pasien BPJS seperti pada penelitian ini.

Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Alfani yang menemukan bahwa harga berpengaruh signifikan, terutama pada pasien umum atau layanan non-BPJS.[1] Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh harga sangat tergantung pada segmentasi pasien dan sistem pembiayaan. Pasien poli kebidanan Radjak *Hospital* Cengkareng lebih menekankan pada kecepatan pelayanan dan kenyamanan, dibandingkan pertimbangan biaya.

Hubungan *Promotion* (Promosi) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Promosi tidak memiliki hubungan signifikan (p=0,099), yang menunjukkan bahwa strategi promosi formal belum menjadi faktor dominan dalam menarik pasien.

Penelitian yang dilakukan Soare menunjukkan bahwa dalam layanan kesehatan, *word-of-mouth* memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan promosi konvensional.[7] Hal ini disebabkan oleh tingginya kebutuhan akan kepercayaan dalam memilih layanan kesehatan, terutama pada layanan kebidanan yang bersifat sensitif dan berisiko. Selain itu, penelitian Indriani pada layanan Rumah sakit Pendidikan Universitas Hasanuddin juga menegaskan bahwa keputusan pasien lebih dipengaruhi oleh rekomendasi sosial dan citra rumah sakit dibandingkan iklan.[16] Faktor emosional seperti rasa aman, empati, dan pengalaman sebelumnya menjadi lebih dominan dibandingkan eksposur promosi.

Temuan ini juga diperkuat oleh Park yang menunjukkan bahwa promosi layanan kesehatan yang bersifat digital dan *patient-centered* lebih efektif dibandingkan promosi konvensional. Namun demikian, apabila promosi tidak dikemas secara informatif dan tidak mampu membangun kepercayaan, maka pengaruhnya tetap terbatas.[17] Selain itu, Erickson & Rothberg menyatakan bahwa layanan kesehatan bersifat *intangible* sehingga sulit dievaluasi secara objektif oleh pasien. Keputusan pasien lebih dipengaruhi oleh kepercayaan, pengalaman, dan hubungan jangka panjang dibandingkan promosi formal seperti iklan.[18]

Namun, hasil ini tidak sejalan dengan Ulfa yang menyatakan bahwa promosi dapat berpengaruh signifikan jika dilakukan secara edukatif dan berbasis digital.[19] Artinya, promosi masih berpotensi efektif jika disesuaikan dengan karakteristik pasien. Secara lapangan, pasien Radjak *Hospital* Cengkareng cenderung datang karena rekomendasi keluarga atau pengalaman sebelumnya, bukan karena promosi media. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang lebih efektif adalah *relationship marketing* dibandingkan *advertising*.

Hubungan *Place* (Lokasi) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Variabel lokasi tidak memiliki hubungan signifikan (p=1,000), yang menunjukkan bahwa akses geografis bukan faktor utama dalam keputusan pasien.

Menurut penelitian yang dilakukan Jaya et al. di Makasar, dalam sistem rujukan BPJS, pemilihan rumah sakit lebih ditentukan oleh jalur administratif dibandingkan preferensi lokasi.[13] Hal ini menyebabkan lokasi menjadi faktor sekunder. Selain itu, berdasarkan observasi lapangan, Radjak *Hospital* Cengkareng memiliki keterbatasan pesaing langsung di sekitarnya, sehingga pasien tidak memiliki banyak alternatif. Kondisi ini menyebabkan lokasi tidak menjadi variabel pembeda dalam keputusan.

Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Mandasari di Sumatera Utara yang menyatakan bahwa lokasi tidak selalu menjadi faktor utama apabila rumah sakit telah terintegrasi dalam sistem rujukan nasional.[10] Selain itu, Tonis dalam penelitiannya di salah satu rumah sakit swasta di Riau menunjukkan bahwa kemudahan akses administratif dan sistem pelayanan lebih berpengaruh dibandingkan jarak geografis, sehingga faktor lokasi menjadi kurang relevan dalam konteks sistem JKN.[11]

Namun, penelitian Haryadi pada salah satu rumah sakit swasta di Bekasi barat menunjukkan bahwa lokasi dapat berpengaruh signifikan pada wilayah dengan kompetisi tinggi antar rumah sakit.[3] Dengan demikian, tidak signifikannya variabel lokasi dalam penelitian ini disebabkan oleh kondisi geografis dan sistem rujukan, bukan karena lokasi tidak penting secara umum.

Hubungan *People* (SDM) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Variabel SDM memiliki hubungan signifikan (p=0,002), yang menunjukkan bahwa kualitas tenaga kesehatan menjadi faktor utama dalam keputusan pasien.

Menurut Haryadi, kompetensi, empati, dan komunikasi tenaga medis berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan keputusan pasien.[3] Hal ini diperkuat oleh Purcarea yang menyatakan bahwa dalam layanan kesehatan, interaksi manusia merupakan inti dari kualitas layanan.[2] Dalam konteks kebidanan, hubungan antara pasien dan tenaga kesehatan bersifat lebih emosional, sehingga aspek *trust* dan *empathy* menjadi sangat penting.

Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Fuadah pada unit rawat jalan di Rumah Sakit Umum daerah Surabaya yang menyatakan bahwa faktor psikologis seperti kepercayaan, persepsi terhadap tenaga kesehatan, dan interaksi interpersonal memiliki pengaruh signifikan terhadap pemanfaatan layanan kesehatan.[20] Selain itu, hasil penelitian Mandasari menegaskan bahwa kualitas SDM merupakan komponen paling dominan dalam bauran pemasaran jasa kesehatan karena berhubungan langsung dengan pengalaman pasien.[10]

Namun, penelitian Azizah pada salah satu RSUD di Semarang menunjukkan bahwa SDM tidak selalu signifikan jika sistem pelayanan lebih dominan.[21] Perbedaan ini menunjukkan bahwa peran SDM dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti proses dan fasilitas. Secara lapangan, pasien Radjak *Hospital* Cengkareng menilai tenaga medis ramah, komunikatif, dan kompeten, bahkan keterampilan dokter spesialis menjadi faktor utama kepercayaan pasien. Hal ini menjelaskan mengapa SDM menjadi variabel paling kuat dalam penelitian ini.

Hubungan *Process* (Proses) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Variabel proses memiliki hubungan signifikan (p=0,001), yang menunjukkan bahwa efisiensi pelayanan sangat memengaruhi keputusan pasien.

Menurut penelitian oleh Imanda pada unit rawat jalan pada salah satu rumah sakit swasta di Karawaci menyatakan proses pelayanan yang cepat dan terstruktur meningkatkan kepuasan dan keputusan pasien.[12] Hal ini juga didukung oleh penelitian Rahmawati di Magelang yang menyatakan bahwa alur pelayanan yang jelas dan waktu tunggu yang singkat menjadi faktor penting dalam layanan kesehatan.[4]

Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Tonis di Riau yang menunjukkan bahwa proses pelayanan yang efisien, transparan, dan mudah dipahami akan meningkatkan keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan.[11] Selain itu, penelitian Larasati pada salah satu klinik di kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur menambahkan bahwa waktu tunggu dan kejelasan alur pelayanan merupakan indikator penting dalam persepsi kualitas layanan, sehingga memperkuat peran proses sebagai faktor signifikan.[14]

Namun, penelitian Nisa di Yogyakarta menunjukkan bahwa proses tidak selalu signifikan jika pasien lebih fokus pada hasil klinis.[22] Dalam konteks kebidanan, proses menjadi penting karena berkaitan dengan kenyamanan, kecemasan pasien, dan urgensi pelayanan. Hasil pengamatan di lapangan, Radjak *Hospital* Cengkareng memiliki sistem pelayanan yang cepat, antrean tidak panjang, dan alur jelas.

Hal ini menciptakan pengalaman positif yang mendorong pasien untuk memilih layanan tersebut.

Hubungan *Physical Evidence* (Bukti Fisik) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Variabel bukti fisik memiliki hubungan signifikan (p=0,036), yang menunjukkan bahwa lingkungan fisik rumah sakit memengaruhi persepsi pasien.

Menurut Alfani, bukti fisik seperti kebersihan, fasilitas, dan kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien.[1] Hal ini diperkuat oleh penelitian Rahmawati di Magelang yang menyatakan bahwa tampilan fisik rumah sakit mencerminkan kualitas layanan.[4]

Temuan ini juga diperkuat oleh pernyataan Erickson dan Rothberg bahwa dalam layanan yang bersifat intangible seperti kesehatan, bukti fisik berfungsi sebagai representasi kualitas layanan yang dapat diamati secara langsung oleh pasien.[18] Selain itu, penelitian Park di Negara Nevada juga menyatakan bahwa lingkungan fisik yang nyaman dan modern dapat meningkatkan kepercayaan serta persepsi profesionalisme layanan kesehatan.[17]

Namun, penelitian Azizah di Semarang menunjukkan bahwa bukti fisik tidak selalu signifikan jika pasien lebih fokus pada hasil layanan.[21] Artinya, bukti fisik berfungsi sebagai faktor pendukung. Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, Radjak *Hospital* Cengkareng memiliki fasilitas yang bersih dan tertata rapi, serta penampilan tenaga medis yang profesional. Hal ini meningkatkan *perceived quality* dan memberikan rasa nyaman bagi pasien.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak seluruh elemen bauran pemasaran (7P) berpengaruh terhadap keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan di Radjak *Hospital* Cengkareng. Dari tujuh variabel yang dianalisis, hanya *People* (SDM) (p=0,002), *Process* (proses) (p=0,001), dan *Physical evidence* (bukti fisik) (p=0,036) yang terbukti memiliki hubungan signifikan. Ketiga variabel ini merepresentasikan pengalaman pelayanan langsung (service experience) yang dirasakan pasien, meliputi interaksi dengan tenaga kesehatan, efisiensi alur pelayanan, serta kenyamanan fasilitas.

Sebaliknya, variabel *Product* (produk), *Price* (harga), *Promotion* (promosi), dan *Place* (Lokasi) tidak menunjukkan hubungan signifikan. Hal ini dipengaruhi oleh karakteristik layanan kesehatan yang bersifat intangible dan berbasis kepercayaan (*trust-based service*), serta dominasi sistem pembiayaan JKN/BPJS yang menurunkan sensitivitas pasien terhadap harga dan lokasi. Selain itu, keputusan pasien lebih banyak dipengaruhi oleh *word-of-mouth* dan pengalaman sebelumnya dibandingkan promosi formal.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam konteks layanan kebidanan, keputusan pasien lebih ditentukan oleh kualitas pengalaman pelayanan dibandingkan atribut pemasaran konvensional. Temuan ini menegaskan bahwa pendekatan pemasaran rumah sakit perlu bergeser dari *Product-oriented* menjadi *patient experience-oriented*.

PENUTUP (JIKA ADA)

Terimakasih kepada pihak manajemen Radjak *Hospital* Cengkareng yang sudah membantu dalam pengambilan data dan sesi diskusi untuk menambah informasi pada pembahasan tulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA (11 PT, BOLD)

Alfani S, Widjanarko B, Sriatmi A. Bauran pemasaran jasa (7P) terhadap keputusan pasien dalam memilih layanan di Rumah Sakit: Literature review. JHolHealth [Internet]. 2023;17(1):1–8. Available from: http://dx.doi.org/10.33024/hjk.v17i1.8870

Purcarea VL. The impact of marketing strategies in healthcare systems. J Med Life [Internet]. 2019;12(2):93–6. Available from: http://dx.doi.org/10.25122/jml-2019-1003

Haryadi Y, Rachman T, Wiyatno TN. Pengaruh marketing mix Dan perceived service quality terhadap revisit intention yang

dimediasi patients' perceived satisfaction primaya *Hospital* bekasi Barat. J Econ Bussines Account (COSTING) [Internet]. 2024 [cited 2025 Jun 12];7(6):9534–55. Available from: https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/13009

Rahmawati Y, Susilowati S. The role of the marketing mix factors in *Hospital* selection. Academic *Hospital* Journal [Internet]. 2024 [cited 2025 Jun 12];5(1):08. Available from: https://journal.ugm.ac.id/ahj/article/view/73529

Massie AC, Keni K, Gunawan S. Faktor penentu keputusan pasien dalam pemilihan rumah sakit swasta di Jakarta. J Manaj Bisnis dan Kewirausahaan [Internet]. 2024;8(6):1278–92. Available from: http://dx.doi.org/10.24912/jmbk.v8i6.32329

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Profil Kesehatan Indonesia 2023 [Internet]. Kemkes.go.id. [cited 2025 Jun 12]. Available from: https://kemkes.go.id/id/profil-kesehatan-indonesia-2023

Soare T, Ianovici C, Gheorghe I-R, Purcărea VL, Soare CM. A word-of-mouth perspective on consumers of family medicine services: a case study. J Med Life [Internet]. 2022;15(5):655–60. Available from: http://dx.doi.org/10.25122/jml-2022-0098

Reza LY. Bauran Pemasaran Dengan Keputusan Pasien Memilih Perawatan Inap Di RSUD H. Abdul Manap Kota Jambi Tahun 2023. Repository Unja [Internet]. 2023 [cited 2025 May 8]:104–89. Available from: https://repository.unja.ac.id/58108/8/FULL%20SKRIPSII.pdfhttps://repository.unja.ac.id/58108/8/FULL%20SKRIPSII.pdf

Putra PL, Gani A. *Systematic review*: Relationship between *Hospital* Marketing Mix and patient visits and *Hospital* selection. Journal of World Science(JWS) [Internet]. 2024;3(1):126–32. Available from: http://dx.doi.org/10.58344/jws.v3i1.542

Mandasari T, Fitriani AD, Nuraini N. The influence of marketing mix on patient decision-making in choosing Nur'aini General *Hospital* south labuhan Batu. PROMOTOR [Internet]. 2024;7(1):146–59. Available from: http://dx.doi.org/10.32832/pro.v7i1.607

Tonis M, Shinta Yuliana A, Handoko B, Erlisa H. STRATEGI BAURAN PEMASARAN DENGAN KEPUTUSAN MEMILIH LAYANAN KESEHATAN BAGI PASIEN DI UNIT RAWAT JALAN RUMAH SAKIT PELITA. PREPOTIF : JURNAL KESEHATAN MASYARAKAT [Internet]. 2024;8(3):5572–9. Available from: http://dx.doi.org/10.31004/prepotif.v8i3.34849

Imanda ET, Germas Kodyat A, Widiyaningsih C. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Memilih Pelayanan Pada Pasien Umum Rawat Jalan RS Sari Asih Karawaci. Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARSI) [Internet]. 2023;7(4):398–408. Available from: http://dx.doi.org/10.52643/marsi.v7i4.3569

Jaya IBR, Amir MY, Darmawansyah D, Palutturi S, Jafar N, Syafar M. The relationship of marketing mix with patients' decisions to choose health services in outpatient and inpatient installations at Sandi karsa *Hospital*, Makassar. Pharmacogn J [Internet]. 2024;16(3):630–7. Available from: http://dx.doi.org/10.5530/pj.2024.16.99

Larasati N, Komara E, Suwardhani AD. Analisis pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) terhadap keputusan pasien memilih layanan kesehatan Di Klinik Binawan.

PESHUM [Internet]. 2024 [cited 2025 Jul 15];4(1):314–23. Available from: https://al-haramjournal.id/index.php/PESHUM/article/view/6627?articlesBySimilarityPage=31

Anin TY, Abdullah R, Haeruddin. PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH LAYANAN PASIEN RAWAT INAP DI RUMAH SAKIT TADJUDDIN CHALID MAKASSAR. DJIK [Internet]. 2018Dec.18 [cited 2025 Jul 15];13(5):525-30. Available from: https://ojs.institutnh.ac.id/index.php/jikd/article/view/67

Indriani D, Akbar M, Arianto A. Pengaruh word of mouth Dan brand image terhadap Keputusan Memilih Layanan Rumah sakit Pendidikan Universitas Hasanuddin [Internet]. Wardah : Jurnal Dakwah dan Kemasyarakatan; 2023 [cited 2025 Jul 10]. Available from: https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/warda/article/view/21184

Park S-Y, Yun GW, Friedman S, Hill K, Coppes MJ. Patient-centered care and healthcare consumerism in online healthcare service advertisements: A positioning analysis. J Patient Exp [Internet]. 2022;9:23743735221133636. Available from: http://dx.doi.org/10.1177/23743735221133636

Erickson GS, Rothberg HN. Healthcare and *Hospital*ity: intangible dynamics for evaluating industry sectors. Serv Ind J [Internet]. 2017;37(9–10):589–606. Available from: http://dx.doi.org/10.1080/02642069.2017.1346628

Ulfa AR, Ernawaty E, Suraya AS. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan Kesehatan di Rumah Sakit. JOTING [Internet]. 2024 [cited 2025 Jul 22];6(2):2017–25. Available from: https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/JOTING/article/view/11626

Fuadah AZ. Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Psikologis terhadap Pemanfaatan Jasa Pelayanan Kesehatan di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Haji Surabaya. J Kesehatan masy [Internet]. 2022;5(1):19–26. Available from: http://dx.doi.org/10.33085/jkg.v5i1.5013

Azizah N, Raharjo BB. Pengaruh bauran pemasaran terhadap proses keputusan pasien memilih layanan kesehatan. HIGEIA (Journal of Public Health Research and Development) [Internet]. 2020 [cited 2025 Jul 22];4(2):189–200. Available from: https://journal.unnes.ac.id/sju/higeia/article/view/33140

Nisa I. Hubungan Bauran pemasaran terhadap Keputusan Pasien memilih unit Rawat Jalan di Rumah Sakit Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta [Internet]. 2019 [cited 2025 Jul 5]. Available from: https://eprints.uad.ac.id/14768/

2. Bukti komentar reviewer 1 dan 2

21 April 2026

JURNAL MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT INDONESIA (MARSI)
e-ISSN : 2685-6328
p-ISSN : 6285-6298
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Respati Indonesia

#8477 Review

Submission

Authors	Alfajri Febri Nugraha, Ignatius David Anthony Danusiswanta, Raihan Raharjo, Juni Chudri
Title	Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak Hospital Cengkareng
Section	Articles
Editor	Arif Haryana

Peer Review

Round 1

Review Version	8477-20926-1-RV.PDF 2026-04-14
Initiated	2026-04-21
Last modified	2026-05-20
Uploaded file	Reviewer A 8477-21441-1-RV.PDF 2026-05-20 Reviewer B 8477-21439-1-RV.PDF 2026-05-20

Editor Decision

Decision	Accept Submission 2026-05-20
Notify Editor	Editor/Author Email Record No Comments
Editor Version	None
Author Version	None
Upload Author Version	Choose File No file chosen Upload

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

00138873 View My Stats

HUBUNGI KAMI

RECOMMENDED TOOLS :

3. Upload file checklist review oleh reviewer dan editor decision

20 Mei 2026

REVIEWER FORM

JURNAL MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT INDONESIA

Judul : Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak *Hospital* Cengkareng

Evaluasi *Reviewer* terhadap Naskah : Naskah mengangkat topik yang relevan dalam manajemen pemasaran rumah sakit, khususnya pada layanan kebidanan. Fokus pada bauran pemasaran 7P dan keputusan pasien memiliki nilai praktis yang baik.

- Topik aĸtyal dan relevan dengan konteks layanan kesehatan berbasis JKN/BPJS
- Kerangka teori jelas (menggunakan konsep 7P)
- Pembahasan cukup mendalam dan terhubung dengan literatur
- Hasil penelitian memiliki implikasi praktis bagi manajemen rumah sakit

ITEM PENILAIAN	Ya	Tidak	Komentar
Judul			
• Sesuai dengan masalah, tujuan dan memuat variabel utama	√		
Abstrak			
• Kata kunci sesuai dengan variabel/konsep utama	√		
Pendahuluan			
• Mencakup latar belakang secara jelas	√		
• Masalah/tujuan cukup jelas	√		
Bahan dan Metode			
• Rancangan (jenis, masa (waktu), tempat penelitian) jelas	√		
• Teknik pengambilan sampel dan data jelas dan tepat	√		
• Analisis data tepat	√		
Hasil			
• Penyajian dan analisis hasil sesuai	√		
• Hasil menjawab penelitian	√		
Pembahasan			
• Pembahasan tidak mengulang hasil	√		
• Selaras dengan lingkup penelitian dan dibandingkan dengan hasil penelitian sejenis	√		
Kesimpulan sesuai	√		

REKOMENDASI *REVIEWER***

(√) Naskah dapat dimuat tanpa perubahan.
Sudah menurunkan palagiasi

( ) Naskah dapat dimuat dengan adanya perubahan sesuai evaluasi *Reviewer*.
(Revisi Minor/ Revisi Mayor)**

( ) Naskah tidak dapat dimuat

*Berikan tanda **(√)** pada kolom yang sesuai dengan evaluasi *reviewer*

**Coret salah satu sesuai dengan evaluasi *reviewer*

Jakarta, 20 April 2026

Reviewer 2

REVIEWER FORM

JURNAL MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT INDONESIA

Judul : **Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak *Hospital* Cengkareng**

Evaluasi *Reviewer* terhadap Naskah :

ITEM PENILAIAN	Ya	Tidak	Komentar
Judul			
• Sesuai dengan masalah, tujuan dan memuat variabel utama	√		• Judul spesifik, jelas menyebut variabel (bauran pemasaran 7P) dan konteks lokasi. • Relevan dengan bidang manajemen rumah sakit dan pemasaran jasa kesehatan.
Abstrak			
• Kata kunci sesuai dengan variabel/konsep utama	√		• Sudah mencakup tujuan, metode, hasil utama, dan kesimpulan. • Menyajikan nilai p secara jelas → meningkatkan transparansi ilmiah. • Insight utama (dominasi experience vs atribut pemasaran) kuat.
Pendahuluan			
• Mencakup latar belakang secara jelas	√		• Alur logis: konteks → teori 7P → perilaku pasien → gap penelitian. • Mengaitkan dengan konteks JKN (sangat relevan di Indonesia). • Didukung literatur yang cukup.
• Masalah/tujuan cukup jelas	√		
Bahan dan Metode			
• Rancangan (jenis, masa (waktu), tempat penelitian) jelas	√		
• Teknik pengambilan sampel dan data jelas dan tepat	√		• Desain penelitian jelas (cross-sectional). • Variabel dan instrumen dijelaskan. • Teknik analisis (Fisher Exact) sesuai untuk sampel kecil.
• Analisis data tepat	√		
Hasil			
• Penyajian dan analisis hasil sesuai	√		• Data disajikan sistematis (tabel karakteristik, distribusi, bivariat). • Interpretasi awal sudah ada. • • Hasil konsisten dengan abstrak.
• Hasil menjawab penelitian	√		

Pembahasan			
• Pembahasan tidak mengulang hasil	√		

• Selaras dengan lingkup penelitian dan dibandingkan dengan hasil penelitian sejenis	√		• Sangat kuat secara teoritis.
			• Mengaitkan hasil dengan:
			  • Teori jasa (intangibility)
			  • Sistem JKN
			  • Trust-based service
			• Diskusi per variabel sangat mendalam

Kesimpulan sesuai	√		• Konsisten dengan hasil. • Menekankan temuan utama (People, Process, Physical Evidence). • Insight "patient experience oriented" sangat kuat.

REKOMENDASI *REVIEWER**

(√ **)** Naskah dapat dimuat tanpa perubahan.
Sudah menurunkan palagiasi

( ) Naskah dapat dimuat dengan adanya perubahan sesuai evaluasi *Reviewer*.
(Revisi Minor/ Revisi Mayor)**

( ) Naskah tidak dapat dimuat

*Berikan tanda **(**√**)** pada kolom yang sesuai dengan evaluasi *reviewer*

**Coret salah satu sesuai dengan evaluasi *reviewer*

Jakarta, 20 April 2026

Reviewer 1

4. Bukti copyediting artikel dan final copyedit

30 Mei 2026

JURNAL MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT INDONESIA (MARSI)
e-ISSN : 2685-6328
p-ISSN : 6285-6298
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Respati Indonesia

#8477 Editing

SUMMARY REVIEW EDITING

Submission

Authors	Alfajri Febri Nugraha, Ignatius David Anthony Danusiswanta, Raihan Raharjo, Juni Chudri
Title	Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak Hospital Cengkareng
Section	Articles
Editor	Arif Haryana

Copyediting

COPYEDIT INSTRUCTIONS

REVIEW METADATA	REQUEST	UNDERWAY	COMPLETE
1. Initial Copyedit File: None	—	—	2026-05-30
2. Author Copyedit File: None Choose File No file chosen Upload	—	—	
3. Final Copyedit File: None	—	—	2026-05-30

Copyedit Comments No Comments

Layout

Galley Format	FILE	
1. PDF VIEW PROOF	8477-21743-1-PB.PDF 2026-06-15	0

Supplementary Files	FILE
	None

Layout Comments No Comments

Proofreading

REVIEW METADATA

	REQUEST	UNDERWAY	COMPLETE
1. Author	—	—	
2. Proofreader	—	—	—
3. Layout Editor	—	—	—

Proofreading Corrections No Comments PROOFING INSTRUCTIONS

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

00138874 View My Stats

HUBUNGI KAMI

RECOMMENDED TOOLS :

JURNAL
MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT INDONESIA (MARSI)
e-ISSN : 2685-6328
p-ISSN : 6285-6298
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Respati Indonesia

Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARSI)

Journal Title	**Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARSI)**
E-ISSN	**2685-6328**
P-ISSN	**2685-6298**
DOI Prefix	**10.52643 by Crossref**
Publisher	**LPPM Universitas Respati Indonesia**
SK Akreditasi	**(Sinta 4)** Nomor **230/E/KPT/2022**, Mulai dari **Volume 6, Nomor 2 Tahun 2022** s/d **Volume 11, Nomor 1 Tahun 2027**

Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARSI) diterbitkan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM), Universitas Respati Indonesia, Jakarta.

Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARSI) ini terbit 4 kali setiap tahun, yakni pada bulan Februari, April, Agustus dan Oktober.

Penulis yang berminat dapat mengirimkan naskah dengan memperhatikan panduan penulisan. Jika naskah yang dikirim tidak sesuai dengan panduan atau ditulis dengan format yang berbeda, maka naskah tersebut akan **DITOLAK** oleh editor sebelum ditinjau lebih lanjut. Redaksi hanya akan menerima naskah yang sesuai dengan format yang telah ditentukan serta tidak pernah dipublikasikan secara online atau versi cetak sebelumnya.

Vol 10, No 2 (2026): Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARSI)

Table of Contents

Articles

Pengaruh Service Quality Terhadap Revisit Intention Dengan Perceived Value Dan Patient Satisfaction Sebagai Faktor Mediasi PDF 856 - 876
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.6295
Dinda Nafatilana, Dewi Sri Surya Wuisan

Implementasi Clinical Pathway dan Dampaknya terhadap Length of Stay Pasien di Rumah Sakit Indonesia : Tinjauan Literatur PDF 877 - 901
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.7357
Yudhistira Permana, Eddo Leonardo Hartanto, Yoram Yudhatama

Pengaruh Mutu Pelayanan Kesehatan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien BPJS di Puskesmas Kota Ratu Kabupaten Ende PDF 902 - 921
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.7336
Muhamad Ibrahim Sengadji, Pipit Festi Wiliyanarti, Annisa Nurida

Pengaruh Inpatient Experience Terhadap Patient's Well-Being: Studi Terhadap Pasien Tuberkulosis Di Rumah Sakit Umum Daerah Di Jakarta PDF 922 - 936
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.7456
Ruth Normalianti Hutapea, Ferdi Antonio

Scoping Review: Indikator Kinerja Pelayanan Di Unit Gawat Darurat Rumah Sakit PDF 937 - 956
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.6155
Luh Komang Enggi Lindayani, Puput Oktamianti

Analisis Implementasi Clinical Pathway Sectio Caesarea sebagai Kendali Mutu dan Biaya di Rumah Sakit: Scoping Review PDF 957 - 981
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.6286
Siti Raudatus Solihah, Atik Nurwahyuni

Analisis Faktor Ketidaklengkapan Pengisian Catatan Perkembangan Pasien Terintegrasi (CPPT) Perawat pada Rawat Inap terhadap Policy Brief RSUD Balaraja Tahun 2025 PDF 982 - 987
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.7544

Siti Mulyatul Rohmah

Peran Komitmen Manajemen Dalam Peningkatan Mutu Pelayanan Rumah Sakit PDF 988 - 1003
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.7633
Trees Nia Sari Widjaja, Tri Astuti, Ridha Aprillah Samsu, Ahimsa Sanggya Hening Bumi, Nesha Adelina Mandala, Vip Paramarta

Dari Kamar Operasi Sebagai Cost Center Ke Revenue Engine: Kerangka Misi-Volume-Profit Untuk Transformasi Rsgm Militer-Blu PDF 1004 - 1017
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.7874
Slamet Riyadi, Erliany Syaodih, Yani Restiani Widjaja

Evaluasi Penanganan Klaim Tertunda Rawat Inap Bpjs Kesehatan Di Rs Sentra Medika Cibinong Tahun 2025 PDF 1018 - 1037
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8243
Dian Roshita, Alih Germas Kodyat, Laila Ulfa

Determinan Penggunaan Media Instagram Rumah Sakit Pada Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Baiturrahim Jambi Tahun 2026 PDF 1038 - 1056
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8245
Winda Putri Aprinanda, Yuli Prapancha Satar, samingan samingan

Pengaruh Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Yang Fimediasi Oleh Perilaku Disiplin (Studi Pada Karyawan Kontrak Tenaga Kesehatan Di Rumah Sakit Pusdikkes) PDF 1057 - 1082
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8261
Made Astintya Sinta Mahastuti, Nurcahyo Andarusito, Achda Ferdians

Pengaruh Jenjang Karier Dan Reward Terhadap Turnover Yang Di Mediasi Oleh Pencapaian Kerja (Studi Pada Karyawan Tidak Tetap Di Rumah Sakit Pusdikkes) PDF 1083 - 1108
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8254
Sylvia Muthia Triani, Nurcahyo Andarusito, Achda Ferdians

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Perawat Dalam Implementasi Sasaran Keselamatan Pasien Di Rsau Dr Esnawan Antariksa Jakarta Tahun 2025 PDF 1109 - 1127
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8476
Sri Sulistyowati, Apri Sunadi, Tinon Ambarini

Analisis Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pada Pasien Instalasi Rawat Jalan Di Rs Bhayangkara Mataram PDF 1128 - 1133
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8265
Buana Maheswara Harsya Syailendra, Dedy Nugroho, Yuli Prapancha Satar

Analisis Hubungan Patient Boarding (Lama Tinggal Pasien Di IGD) Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rsud Dr. Adjidarmo PDF 1134 - 1144
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8263
Dianahan Dianahan, Purwanti Aminingsih, Costy Pandjaitan

ANALISIS BEBAN KERJA PERAWAT PELAKSANA DI UNIT RAWAT INAP RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK RESTU BUNDA BANDAR LAMPUNG TAHUN 2024 PDF 1145 - 1170
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8467
Regina Effenmeita, Lili Indrawati, Tri Suratmi

FAKTOR BUDAYA KERJA, BEBAN KERJA, DAN MOTIVASI KERJA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN RUMAH SAKIT PDF 1171 - 1187
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8319
Ria Saputry, Ria Saputry

Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Minat Kunjungan Ulang Pasien Klinik Spesialis Penyakit Dalam di RSUD Kota Tangerang PDF 1188 - 1203
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8310
Anis Witaniasih, Yuli Prapancha S, Titus Indrayana

Analisis Gaya Kepemimpinan Transformasional Kepala Ruangan Dalam Meningkatkan Kinerja Perawat Dan Mutu Pelayanan Keperawatan: Literatur Review PDF 1204 - 1217
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.7954
Metilda Metilda, Elsa Agustina, Maria Magdalena D. B, Putri Rohmah A, Salu Aulia, Widya Nurhidayanti

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Turnover Intention Perawat Di Unit Rawat Inap RS Juanda Kuningan PDF 1218 - 1234
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8330
Dhimas Akbar Mulia, Eka Yoshida, Yanuar Jak

Pengaruh Efisiensi Perawat Dan Budaya Kerja Terhadap Bor Dengan Mutu Pelayanan Keperawatan Sebagai Variabel Mediasi Di Rumah Sakit Panti Waluyo Surakarta PDF 1235 - 1248
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8338

RECOMMENDED TOOLS :

Eka Selvia, Nurcahyo Andarusito, Fresley Hutapea

Analisis Faktor Input Throughput Dan Output Yang Mempengaruhi Emergency Department Length of stay (EDLOS) Di RSI Sultan Agung Banjarbaru PDF 1249 - 1264
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8339
Ibnu Wadud Pujangga

Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Kepala Unit Rawat Inap, Motivasi Kerja Dan Perilaku Caring Terhadap Loyalitas Kerja Perawat Unit Rawat Inap Di Rumah Sakit PDF 1265 - 1277
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8256
Siti Hamidah

Pengaruh Beban Kerja, Teknologi Informasi, Kualitas Layanan Terhadap Optimalisasi SDM dan Dampaknya Terhadap Pendapatan (Studi Pada Unit Farmasi RS Pelamonia) PDF 1278 - 1291
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8379
Iwan Mustofa Lufie, Dicky Yulius Pangkey, Sakti Brata Ismaya

Pengaruh Content digital marketing Melalui Media Sosial dan Iklan Berbayar Terhadap Minat Kunjungan Pasien Pada Layanan Unggulan RS Mitra Keluarga Kelapa Gading PDF 1292 - 1309
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8408
Desi Tandi Bongga, Tri Suratmi, Nurcahyo Andarusito

Transformasi Alur Layanan Farmasi Pasca Implementasi Iterasi Peresepan Obat Kronis Program BPJS Kesehatan Di Rumah Sakit Badan Pengusahaan Batam PDF 1310 - 1323
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8342
Muhammad Yanto, Yaya Aria Santosa, Nurhayati Nurhayati

DETERMINAN YANG BERPENGARUH TERHADAP KELENGKAPAN PENDOKUMENTASIAN ASUHAN KEPERAWATAN DI RUANG RAWAT INAP RSBT PANGKALPINANG TAHUN 2025 PDF 1324 - 1340
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8386
Dia Nopriyana, Sumijatun Sumijatun, Yuli Prapancha Satar

Analisis Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pada Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Karunia Indah Medika Muara Enim Tahun 2025 PDF 1341 - 1360
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8500
Emi Andriyani, Grace Rumengan, Nurminingsih Nurminingsih

Determinan Yang Berhubungan Persepsi Perawat Terhadap Kepatuhan Penyuntikan Yang Aman dan Pencegahan Pajanan Benda Tajam di Rawat Inap RSAL Dr. Mintohardjo 2024 PDF 1361 - 1379
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8334
Riamayanti Rajagukguk, Tri Suratmi, Sumidjatun Sumidjatun

Analisis Hubungan Persepsi Perawat Tentang Rekam Medis Elektronik (Rme), Dukungan Manajemen Dan Dokumentasi Keperawatan Dengan Kecepatan Proses Klaim BPJS PDF 1380 - 1397
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8413
Kasih Vicky Nataly Samosir, Lili Indrawati, Laila Ulfa

Determinan Yang Berhubungan Dengan Mutu Layanan Keperawatan Rumah Sakit PDF 1398 - 1415
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8412
Marshall Christopher Waworuntu, Lili Indrawati, Yuli Prapanca

Pendekatan Lean Hospital untuk Mengidentifikasi Waste Kritis dalam Penanganan Kegawatdaruratan di Instalasi Rawat Jalan RSU An Ni'mah PDF 1416 - 1432
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8321
Rizqiana Arum Sari, Aliefety Putu Garnida, Samingan Samingan

Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit (SIMRS) di RS Humana Prima Bandung PDF 1433 - 1444
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8478
Nuzulul Ary Setiawan, Alih Germas Kodyat, Tinon Ambarini

Evaluasi Implementasi Sistem Informasi Manajemen Gizi (Sim Gizi) Di Rumah Sakit Restu Kasih: Tantangan Dan Strategi Optimalisasi PDF 1445 - 1459
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8474
Chandra Chandra, Atik Kridawati, Grace Rumengan

Analisis Kelengkapan Resume Rekam Medis Dengan Hasil Klaim Pasien Rawat Inap Jaminan Kesehatan Nasional Di Rumah Sakit X Tipe B Jakarta PDF 1460 - 1475
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8506
Muhammad Yahya Shobirin, Eka Yoshida, Ahdun Trigono

Analisis Pengaruh Beban Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Retensi Karyawan Dengan Burnout Di Rumah Sakit Adam Talib Cikunir PDF 1476 - 1488
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8510
Inne Bunga Heliana, Cicilia Widiyaningsih, Sundoyo Sundoyo

Hubungan Kepatuhan Penggunaan Formularium Rumah Sakit Terhadap Peningkatan Efisiensi Biaya Pembelian Obat Di Rumah Sakit Pusat Pertamina Jakarta PDF 1489 - 1520
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8513
Lintang Trisno Murti, Alih Germas Kodyat, Yeny Sulistyowati

Determinan Yang Berhubungan Dengan Etos Kerja Perawat Di RS Advent Bandar Lampung Tahun 2024 PDF 1521 - 1538
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8501
Nova Josephin, Tri Suratmi, Grace Rumengan

Peran Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Rumah Sakit : Systematic Review PDF 1539 - 1552
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8502
Wita Elok Rizkia Shanti, Muhammad Brillian Taba, Juni Chudri

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak Hospital Cengkareng PDF 1553 - 1570
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8477
Alfajri Febri Nugraha, Ignatius David Anthony Danusiswanta, Raihan Raharjo, Juni Chudri

Marketing Mix Untuk Chronic Care: Dari Episodic Service Ke Relationship-Based Strategy PDF 1571 - 1582
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8475
Amy Shientiarizki, Baiq Yulia Handayani, Maulianur Rizki, Wachyu Sulistiadi

Analisis Kesiapan Akreditasi Klinik Melalui Pengembangan Instrumen Audit Internal Berbasis Potensi Fraud: Studi Evaluatif Di Klinik Nuhrintama PDF 1583 - 1596
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8587
Astari Pratiwi Nuhrintama, Harleily Mayuni Baharsyah, Nurul Mukhlisa, Nurridha Sasmitha

Clinical Governance Implementation Strategies in Improving Accreditation Standard Compliance at Central Surgical Installations: A Literature Review PDF 1597 - 1613
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8490
Putra Imanullah, Benny Hosiana Tumbelaka

Strategi Segmentasi Pasien Berbasis Kepercayaan Terhadap Integritas Klinis Dalam Menghadapi Fenomena Defensive Medicine Di Rumah Sakit PDF 1614 - 1631
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8487
Maya Pramudita, wahyu Nur Chalamsah Setiawan, Afra Humaira, Wachyu Sulistiadi

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Crossref

RELAWAN JURNAL INDONESIA

statcounter

00138873 View My Stats

JURNAL
MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT INDONESIA (MARSI)
e-ISSN : 2685-6328
p-ISSN : 6285-6298
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Respati Indonesia

Vol 10, No 2 (2026)

Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARSI)

DOI: https://doi.org/10.52643/marsi.v10i2

Table of Contents

Articles

Pengaruh Service Quality Terhadap Revisit Intention Dengan Perceived Value Dan Patient Satisfaction Sebagai Faktor Mediasi PDF 856 - 876
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.6295
Dinda Nafatilana, Dewi Sri Surya Wuisan

Implementasi Clinical Pathway dan Dampaknya terhadap Length of Stay Pasien di Rumah Sakit Indonesia : Tinjauan Literatur PDF 877 - 901
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.7357
Yudhistira Permana, Eddo Leonardo Hartanto, Yoram Yudhatama

Pengaruh Mutu Pelayanan Kesehatan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien BPJS di Puskesmas Kota Ratu Kabupaten Ende PDF 902 - 921
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.7336
Muhamad Ibrahim Sengadji, Pipit Festi Wiliyanarti, Annisa Nurida

Pengaruh Inpatient Experience Terhadap Patient's Well-Being: Studi Terhadap Pasien Tuberkulosis Di Rumah Sakit Umum Daerah Di Jakarta PDF 922 - 936
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.7456
Ruth Normalianti Hutapea, Ferdi Antonio

Scoping Review: Indikator Kinerja Pelayanan Di Unit Gawat Darurat Rumah Sakit PDF 937 - 956
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.6155
Luh Komang Enggi Lindayani, Puput Oktamianti

Analisis Implementasi Clinical Pathway Sectio Caesarea sebagai Kendali Mutu dan Biaya di Rumah Sakit: Scoping Review PDF 957 - 981
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.6286
Siti Raudatus Solihah, Atik Nurwahyuni

Analisis Faktor Ketidaklengkapan Pengisian Catatan Perkembangan Pasien Terintegrasi (CPPT) Perawat pada Rawat Inap terhadap Policy Brief RSUD Balaraja Tahun 2025 PDF 982 - 987
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.7544
Siti Mulyatul Rohmah

Peran Komitmen Manajemen Dalam Peningkatan Mutu Pelayanan Rumah Sakit PDF 988 - 1003
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.7633
Trees Nia Sari Widjaja, Tri Astuti, Ridha Aprillah Samsu, Ahimsa Sanggya Hening Bumi, Nesha Adelina Mandala, Vip Paramarta

Dari Kamar Operasi Sebagai Cost Center Ke Revenue Engine: Kerangka Misi-Volume-Profit Untuk Transformasi Rsgm Militer-Blu PDF 1004 - 1017
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.7874
Slamet Riyadi, Erliany Syaodih, Yani Restiani Widjaja

Evaluasi Penanganan Klaim Tertunda Rawat Inap Bpjs Kesehatan Di Rs Sentra Medika Cibinong Tahun 2025 PDF 1018 - 1037
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8243
Dian Roshita, Alih Germas Kodyat, Laila Ulfa

Determinan Penggunaan Media Instagram Rumah Sakit Pada Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Baiturrahim Jambi Tahun 2026 PDF 1038 - 1056
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8245
Winda Putri Aprinanda, Yuli Prapancha Satar, samingan samingan

Pengaruh Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Yang Fimediasi Oleh Perilaku Disiplin (Studi Pada Karyawan Kontrak Tenaga Kesehatan Di Rumah Sakit Pusdikkes) PDF 1057 - 1082
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8261
Made Astintya Sinta Mahastuti, Nurcahyo Andarusito, Achda Ferdians

Pengaruh Jenjang Karier Dan Reward Terhadap Turnover Yang Di Mediasi Oleh Pencapaian Kerja (Studi Pada Karyawan Tidak Tetap Di Rumah Sakit Pusdikkes) PDF 1083 - 1108
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8254
Sylvia Muthia Triani, Nurcahyo Andarusito, Achda Ferdians

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Perawat Dalam Implementasi Sasaran Keselamatan Pasien Di Rsau Dr Esnawan Antariksa Jakarta Tahun 2025 PDF 1109 - 1127
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8476
Sri Sulistyowati, Apri Sunadi, Tinon Ambarini

Analisis Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pada Pasien Instalasi Rawat Jalan Di Rs Bhayangkara Mataram PDF 1128 - 1133
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8265
Buana Maheswara Harsya Syailendra, Dedy Nugroho, Yuli Prapancha Satar

Analisis Hubungan Patient Boarding (Lama Tinggal Pasien Di IGD) Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rsud Dr. Adjidarmo PDF 1134 - 1144
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8263
Dianahan Dianahan, Purwanti Aminingsih, Costy Pandjaitan

ANALISIS BEBAN KERJA PERAWAT PELAKSANA DI UNIT RAWAT INAP RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK RESTU BUNDA BANDAR LAMPUNG TAHUN 2024 PDF 1145 - 1170
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8467
Regina Effenmeita, Lili Indrawati, Tri Suratmi

FAKTOR BUDAYA KERJA, BEBAN KERJA, DAN MOTIVASI KERJA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN RUMAH SAKIT PDF 1171 - 1187
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8319
Ria Saputry, Ria Saputry

Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Minat Kunjungan Ulang Pasien Klinik Spesialis Penyakit Dalam di RSUD Kota Tangerang PDF 1188 - 1203
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8310
Anis Witaniasih, Yuli Prapancha S, Titus Indrayana

Analisis Gaya Kepemimpinan Transformasional Kepala Ruangan Dalam Meningkatkan Kinerja Perawat Dan Mutu Pelayanan Keperawatan: Literatur Review PDF 1204 - 1217
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.7954
Metilda Metilda, Elsa Agustina, Maria Magdalena D. B, Putri Rohmah A, Salu Aulia, Widya Nurhidayanti

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Turnover Intention Perawat Di Unit Rawat Inap RS Juanda Kuningan PDF 1218 - 1234
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8330
Dhimas Akbar Mulia, Eka Yoshida, Yanuar Jak

Pengaruh Efisiensi Perawat Dan Budaya Kerja Terhadap Bor Dengan Mutu Pelayanan Keperawatan Sebagai Variabel Mediasi Di Rumah Sakit Panti Waluyo Surakarta PDF 1235 - 1248
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8338
Eka Selvia, Nurcahyo Andarusito, Fresley Hutapea

Analisis Faktor Input Throughput Dan Output Yang Mempengaruhi Emergency Department Length of stay (EDLOS) Di RSI Sultan Agung Banjarbaru PDF 1249 - 1264
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8339
Ibnu Wadud Pujangga

Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Kepala Unit Rawat Inap, Motivasi Kerja Dan Perilaku Caring Terhadap Loyalitas Kerja Perawat Unit Rawat Inap Di Rumah Sakit PDF 1265 - 1277
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8256
Siti Hamidah

Pengaruh Beban Kerja, Teknologi Informasi, Kualitas Layanan Terhadap Optimalisasi SDM dan Dampaknya Terhadap Pendapatan (Studi Pada Unit Farmasi RS Pelamonia) PDF 1278 - 1291
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8379
Iwan Mustofa Lufie, Dicky Yulius Pangkey, Sakti Brata Ismaya

Pengaruh Content digital marketing Melalui Media Sosial dan Iklan Berbayar Terhadap Minat Kunjungan Pasien Pada Layanan Unggulan RS Mitra Keluarga Kelapa Gading PDF 1292 - 1309
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8408
Desi Tandi Bongga, Tri Suratmi, Nurcahyo Andarusito

RECOMMENDED TOOLS :

turnitin

MENDELEY

grammarly

Transformasi Alur Layanan Farmasi Pasca Implementasi Iterasi Peresepan Obat Kronis Program BPJS Kesehatan Di Rumah Sakit Badan Pengusahaan Batam PDF 1310 - 1323
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8342
Muhammad Yanto, Yaya Aria Santosa, Nurhayati Nurhayati

DETERMINAN YANG BERPENGARUH TERHADAP KELENGKAPAN PENDOKUMENTASIAN ASUHAN KEPERAWATAN DI RUANG RAWAT INAP RSBT PANGKALPINANG TAHUN 2025 PDF 1324 - 1340
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8386
Dia Nopriyana, Sumijatun Sumijatun, Yuli Prapancha Satar

Analisis Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pada Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Karunia Indah Medika Muara Enim Tahun 2025 PDF 1341 - 1360
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8500
Emi Andriyani, Grace Rumengan, Nurminingsih Nurminingsih

Determinan Yang Berhubungan Persepsi Perawat Terhadap Kepatuhan Penyuntikan Yang Aman dan Pencegahan Pajanan Benda Tajam di Rawat Inap RSAL Dr. Mintohardjo 2024 PDF 1361 - 1379
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8334
Riamayanti Rajagukguk, Tri Suratmi, Sumidjatun Sumidjatun

Analisis Hubungan Persepsi Perawat Tentang Rekam Medis Elektronik (Rme), Dukungan Manajemen Dan Dokumentasi Keperawatan Dengan Kecepatan Proses Klaim BPJS PDF 1380 - 1397
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8413
Kasih Vicky Nataly Samosir, Lili Indrawati, Laila Ulfa

Determinan Yang Berhubungan Dengan Mutu Layanan Keperawatan Rumah Sakit PDF 1398 - 1415
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8412
Marshall Christopher Waworuntu, Lili Indrawati, Yuli Prapanca

Pendekatan Lean Hospital untuk Mengidentifikasi Waste Kritis dalam Penanganan Kegawatdaruratan di Instalasi Rawat Jalan RSU An Ni'mah PDF 1416 - 1432
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8321
Rizqiana Arum Sari, Aliefety Putu Garnida, Samingan Samingan

Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit (SIMRS) di RS Humana Prima Bandung PDF 1433 - 1444
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8478
Nuzulul Ary Setiawan, Alih Germas Kodyat, Tinon Ambarini

Evaluasi Implementasi Sistem Informasi Manajemen Gizi (Sim Gizi) Di Rumah Sakit Restu Kasih: Tantangan Dan Strategi Optimalisasi PDF 1445 - 1459
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8474
Chandra Chandra, Atik Kridawati, Grace Rumengan

Analisis Kelengkapan Resume Rekam Medis Dengan Hasil Klaim Pasien Rawat Inap Jaminan Kesehatan Nasional Di Rumah Sakit X Tipe B Jakarta PDF 1460 - 1475
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8506
Muhammad Yahya Shobirin, Eka Yoshida, Ahdun Trigono

Analisis Pengaruh Beban Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Retensi Karyawan Dengan Burnout Di Rumah Sakit Adam Talib Cikunir PDF 1476 - 1488
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8510
Inne Bunga Heliana, Cicilia Widiyaningsih, Sundoyo Sundoyo

Hubungan Kepatuhan Penggunaan Formularium Rumah Sakit Terhadap Peningkatan Efisiensi Biaya Pembelian Obat Di Rumah Sakit Pusat Pertamina Jakarta PDF 1489 - 1520
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8513
Lintang Trisno Murti, Alih Germas Kodyat, Yeny Sulistyowati

Determinan Yang Berhubungan Dengan Etos Kerja Perawat Di RS Advent Bandar Lampung Tahun 2024 PDF 1521 - 1538
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8501
Nova Josephin, Tri Suratmi, Grace Rumengan

Peran Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Rumah Sakit : Systematic Review PDF 1539 - 1552
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8502
Wita Elok Rizkia Shanti, Muhammad Brillian Taba, Juni Chudri

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak Hospital Cengkareng PDF 1553 - 1570
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8477
Alfajri Febri Nugraha, Ignatius David Anthony Danusiswanta, Raihan Raharjo, Juni Chudri

Marketing Mix Untuk Chronic Care: Dari Episodic Service Ke Relationship-Based Strategy PDF 1571 - 1582
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8475
Amy Shientiarizki, Raja Yulia Handayani, Maulianur Rizki, Wachyu Sulistiadi

Analisis Kesiapan Akreditasi Klinik Melalui Pengembangan Instrumen Audit Internal Berbasis Potensi Fraud: Studi Evaluatif Di Klinik Nuhrintama PDF 1583 - 1596
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8587
Astari Pratiwi Nuhrintama, Harleily Mayuni Baharsyah, Nurul Mukhlisa, Nurridha Sasmitha

Clinical Governance Implementation Strategies in Improving Accreditation Standard Compliance at Central Surgical Installations: A Literature Review PDF 1597 - 1613
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8490
Putra Imanullah, Benny Hosiana Tumbelaka

Strategi Segmentasi Pasien Berbasis Kepercayaan Terhadap Integritas Klinis Dalam Menghadapi Fenomena Defensive Medicine Di Rumah Sakit PDF 1614 - 1631
DOI : 10.52643/marsi.v10i2.8487
Maya Pramudita, wahyu Nur Chalamsah Setiawan, Afra Humaira, Wachyu Sulistiadi

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Crossref RELAWAN JURNAL INDONESIA

statcounter

00138874 View My Stats

JURNAL
MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT INDONESIA (MARSI)
e-ISSN : 2685-6328
p-ISSN : 6285-6298
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Respati Indonesia

Editorial Team

Editorial-in-chief

Cicilia Windiyaningsih, Universitas Respati Indonesia, Indonesia

Editorial Board

Sri Rahayu, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr Hamka, Indonesia
Yeny Sulistyowati, Universitas Respati Indonesia, Indonesia
Dicky Dewanto Tjatur Rahardjo, Universitas Respati Indonesia, Indonesia
Rachmad Rachmad, Universitas Respati Indonesia
Arif Haryana, Universitas Respati Indonesia

Assistant Editor

Ign Erik Sapta Yanuar, Universitas Respati Indonesia, Indonesia
Srikandi Wibowoweni, Universitas Respatl Indonesia, Indonesia

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

00138873 View My Stats

RECOMMENDED TOOLS :

JURNAL
MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT INDONESIA (MARSI)
e-ISSN : 2685-6328
p-ISSN : 6285-6298
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Respati Indonesia

People

Peer Reviewers

Gemala Rabi'ah Hatta, Universitas Respati Indonesia, Indonesia

Agusdini Banun Saptaningsih, Kemenkes, Indonesia

Wahyu Indianti, Universitas Indonesia (UI), Indonesia

Sandra Fikawati, Universitas Esa Unggul, Indonesia

Agus Rahadian Rahim, Kemenkes, Indonesia

Dadan Yogaswara, Universitas Indonesia, Indonesia

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

00138873 View My Stats

RECOMMENDED TOOLS :

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak *Hospital* Cengkareng

Alfajri Febri Nugraha[1], Ignatius David Anthony Danusiswanta[2], Raihan Raharjo[3], dan Juni Chudri[4]
[1,2,3]Program Studi Kedokteran, Fakultas Kedokteran, Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia
drjunichudri@trisakti.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan bauran pemasaran (7P) terhadap keputusan pasien dalam memilih layanan di poli kebidanan Radjak *Hospital* Cengkareng. Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan cross-sectional. Sampel penelitian adalah pasien poli kebidanan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji bivariat.Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *people* (SDM) (p=0,002), *process* (proses) (p=0,001), dan *physical evidence* (bukti fisik) (p=0,036) memiliki hubungan signifikan dengan keputusan pasien. Sementara itu, variabel *product* (produk) (p=0,582), *price* (harga) (p=0,083), *promotion* (promosi) (p=0,099), dan *place* (lokasi) (p=1,000) tidak memiliki hubungan signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor utama yang memengaruhi keputusan pasien adalah kualitas interaksi tenaga kesehatan, efisiensi proses pelayanan, dan kondisi lingkungan fisik layanan.Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa dalam konteks layanan kebidanan, keputusan pasien lebih dipengaruhi oleh pengalaman langsung dan aspek interpersonal dibandingkan faktor pemasaran konvensional. Oleh karena itu, rumah sakit disarankan untuk meningkatkan kualitas SDM, memperbaiki alur pelayanan, dan menjaga lingkungan fisik guna meningkatkan kepuasan dan keputusan pasien.

Kata kunci: bauran pemasaran, keputusan pasien, layanan kebidanan, kualitas pelayanan, rumah sakit.

Abstract

This study aims to analyze the relationship between the marketing mix (7P) and patient decisions in choosing services at the obstetrics clinic of Radjak Hospital Cengkareng. This research used a quantitative design with a cross-sectional approach. The sample consisted of obstetric patients selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using bivariate tests.The results showed that people (human resources) (p=0.002), process (p=0.001), and physical evidence (p=0.036) were significantly associated with patient decisions. Meanwhile, product (p=0.582), price (p=0.083), promotion (p=0.099), and place (p=1.000) were not significantly associated. These findings indicate that the main factors influencing patient decisions are the quality of healthcare providers, service efficiency, and the physical environment. In conclusion, patient decisions in obstetric services are more influenced by direct experience and interpersonal aspects rather than conventional marketing factors. Therefore, hospitals are recommended to improve human resources quality, optimize service processes, and maintain the physical environment to enhance patient satisfaction and decision-making.

Keywords : marketing mix, patient decision, obstetric services, service quality, hospital.

PENDAHULUAN

Rumah sakit merupakan institusi pelayanan kesehatan yang memiliki peran strategis dalam meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Dalam era persaingan layanan kesehatan yang semakin ketat, rumah sakit tidak hanya dituntut untuk memberikan pelayanan klinis yang berkualitas, tetapi juga harus mampu menerapkan strategi yang efektif untuk menarik dan mempertahankan pasien. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah melalui penerapan bauran pemasaran jasa (marketing mix) yang terdiri dari tujuh elemen (7P), yaitu *product* , *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*. Penerapan bauran pemasaran yang tepat menjadi penting karena karakteristik layanan kesehatan yang bersifat tidak berwujud (*intangible*), tidak terpisahkan antara produksi dan konsumsi (*inseparable*), bervariasi (*variability*), serta tidak dapat disimpan (*perishability*), sehingga keputusan pasien dalam memilih layanan tidak hanya dipengaruhi oleh aspek klinis, tetapi juga oleh persepsi terhadap kualitas pelayanan secara menyeluruh.[1–3]

Dalam praktiknya, pasien cenderung mempertimbangkan berbagai faktor dalam memilih layanan kesehatan, termasuk pengalaman pelayanan, interaksi dengan tenaga kesehatan, kemudahan proses, serta kenyamanan fasilitas yang tersedia. Hal ini terutama penting pada pelayanan kebidanan yang berkaitan langsung dengan kesehatan ibu dan anak, sehingga aspek kepercayaan, kenyamanan, dan keamanan menjadi prioritas utama bagi pasien. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa elemen bauran pemasaran seperti *people* (sumber daya manusia), *process* (proses pelayanan), dan *physical evidence* (bukti fisik) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan.[1,4,5] Namun demikian, tidak semua elemen bauran pemasaran memiliki pengaruh yang sama. Faktor harga dan promosi dalam beberapa kasus justru tidak berpengaruh signifikan, terutama pada sistem pembiayaan berbasis Jaminan Kesehatan Nasional (JKN), di mana sebagian besar biaya pelayanan ditanggung oleh asuransi sehingga pasien tidak secara langsung mempertimbangkan aspek biaya.[6] Selain itu, keputusan pasien juga banyak dipengaruhi oleh faktor kepercayaan, pengalaman sebelumnya, serta rekomendasi dari lingkungan sosial atau word-of-mouth yang dinilai lebih kredibel dibandingkan promosi formal.[7]

Radjak *Hospital* Cengkareng sebagai salah satu rumah sakit swasta di Jakarta Barat memiliki layanan kebidanan yang cukup diminati masyarakat. Namun, belum diketahui secara pasti elemen bauran pemasaran mana yang paling dominan memengaruhi keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan di rumah sakit tersebut. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana hubungan elemen bauran pemasaran (7P) terhadap keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan di Radjak *Hospital* Cengkareng. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara setiap elemen bauran pemasaran, yaitu *product*, *price*, *promotion*, *place*, *people*, *process*, dan *physical evidence*, dengan keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu manajemen rumah sakit, khususnya terkait penerapan bauran pemasaran dalam meningkatkan keputusan pemanfaatan layanan kesehatan. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen rumah sakit dalam menyusun strategi pemasaran dan peningkatan mutu pelayanan kebidanan, serta menjadi masukan bagi tenaga kesehatan dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji topik serupa.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif deskriptif analitik dengan pendekatan *cross-sectional* untuk menganalisis hubungan bauran pemasaran (7P) dengan keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan di Radjak *Hospital* Cengkareng. Penelitian dilaksanakan pada Juni 2025 di poli kebidanan. Populasi adalah seluruh pasien rawat jalan poli kebidanan, dengan sampel sebanyak 37 responden yang dipilih menggunakan purposive sampling. Kriteria inklusi adalah pasien yang bersedia menjadi responden dan mampu mengisi kuesioner, sedangkan eksklusi adalah pasien yang tidak memungkinkan berpartisipasi.

Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur yang mengacu pada instrumen Reza LY, yang telah disesuaikan dengan konteks pelayanan kebidanan.[8] Variabel meliputi bauran pemasaran

(*product*, *price*, *promotion*, *place*, *people*, *process*, *physical evidence*) dan keputusan pasien. Setiap variabel umumnya terdiri dari 5 item pertanyaan, kecuali *physical evidence* sebanyak 4 item. Pengukuran menggunakan skala Likert 4 poin. Penilaian dikategorikan menjadi baik dan kurang baik dengan metode interval. Skor tertinggi 20 (100%) dan terendah 5 (25%) menghasilkan range 75%. Dengan dua kategori, diperoleh interval 37,5% sehingga cut off ditetapkan pada 62,5% (100%–37,5%). Kriteria penilaian adalah baik (≥62,5%) dan kurang baik (<62,5%).

Data dikumpulkan secara langsung setelah pelayanan dengan persetujuan responden dan jaminan kerahasiaan. Analisis data meliputi analisis univariat (distribusi frekuensi) dan bivariat menggunakan uji *Fisher Exact* dengan tingkat signifikansi p < 0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Radjak *Hospital* Cengkareng merupakan salah satu rumah sakit swasta yang berada di bawah naungan Radjak *Hospital* Group dan berlokasi strategis di wilayah Jakarta Barat. Rumah sakit ini menjadi rujukan masyarakat sekitar, khususnya dalam pelayanan kebidanan yang menjadi salah satu layanan unggulan. Dalam rangka mengetahui efektivitas strategi pemasaran rumah sakit terhadap keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan, dilakukan penelitian kuantitatif yang melibatkan 37 responden dengan menggunakan pendekatan bauran pemasaran 7P (*Product*, *Price*, *Promotion*, *Place*, *People*, *Process*, dan *Physical evidence*).

Tabel 1. Distribusi Karakteristik Responden di Radjak *Hospital* Cengkareng

	Kategori	Jumlah (%)
Usia	Remaja akhir (17-25 tahun)	9 (24,3%)
	Dewasa awal (26-35 tahun)	28 (75,6%)
Alamat (kelurahan)	Cengkareng Barat	13 (35,1%)
	Cengkareng Timur	10 (27%)
	Duri Kosambi	4 (10,8%)
	Kapuk	3 (8,1%)
	Kedaung Kali Angke	2 (5,4%)
	Rawa Buaya	4 (10,8%)
	Lainnya	1 (2,7%)
Pendidika	Tidak sekolah	0 (0%)

n	SD/sederajat	0 (0%)
	SMP/sederajat	0 (0%)
	SMA	15 (40,5%)
	D1-D3	0 (0%)
	S1	22 (59,4%)
	S2-S3	0 (0%)
Pekerjaan	PNS/TNI/POLRI	2 (5,4%)
	Pegawai swasta	16 (43,2%)
	Wiraswasta	2 (5,4%)
	Buru tani/nelayan	0 (0%)
	Mahasiswa/pelajar	1 (2,7%)
	Tidak bekerja	16 (43,2%)
Kunjungan	Pertama kali	29 (78,3%)
	Berulang	8 (21,6%)
Sumber Biaya	BPJS Kesehatan	27 (72,9%)
	Asuransi swasta	9 (24,3%)
	Biaya pribadi	1 (2,7%)

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 37 responden di Poli Kebidanan Radjak *Hospital* Cengkareng, mayoritas responden berada pada usia 20–35 tahun (81,1%), berpendidikan tinggi (91,9%), tidak bekerja (62,2%), dan menggunakan BPJS (78,4%). Dominasi usia reproduktif menunjukkan tingginya kebutuhan layanan kebidanan pada kelompok usia tersebut, sementara tingkat pendidikan yang tinggi berpotensi meningkatkan kemampuan pasien dalam memahami informasi dan mengambil keputusan layanan kesehatan. Tingginya penggunaan BPJS mengindikasikan bahwa akses pembiayaan melalui Jaminan Kesehatan Nasional menjadi faktor penting dalam pemanfaatan layanan, sehingga pertimbangan biaya tidak menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan pasien.[3,6,7]

Tabel 2. Analisis Karakteristik Responden

Variabel	Kategori	Jumlah (%)
Product (Produk)	Baik	33 (89,19%)
	Kurang baik	4 (10,81%)
Price (Harga)	Baik	29 (78,38%)
	Kurang baik	8

		(21,62%)
Promotion (Promosi)	Baik	35 (94,59%)
	Kurang baik	2 (5,41%)
Place (Lokasi)	Baik	29 (78,38%)
	Kurang baik	8 (21,62%)
People (SDM)	Baik	30 (81,08%)
	Kurang baik	7 (18,92%)
Process (Proses)	Baik	26 (70,27%)
	Kurang baik	11 (29,73%)
Physical evidence (Bukti Fisik)	Baik	8 (21,62%)
	Kurang baik	29 (78,38%)
Keputusan memilih	Baik	25 (67,57%)
	Kurang baik	12 (32,43%)

Pada variabel bauran pemasaran, seluruh komponen umumnya dinilai baik oleh sebagian besar responden. Variabel *people* (83,8%), *process* (81,1%), dan *physical evidence* (78,4%) merupakan aspek dengan penilaian tertinggi, menunjukkan bahwa kualitas interaksi tenaga kesehatan, alur pelayanan, dan kondisi fasilitas fisik menjadi faktor dominan dalam membentuk persepsi positif pasien. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa aspek sumber daya manusia dan proses pelayanan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan serta keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan.[1,4] Variabel *product* (75,7%) dan *place* (73,0%) juga dinilai baik, yang menunjukkan bahwa jenis layanan serta aksesibilitas rumah sakit telah sesuai dengan kebutuhan pasien.

Sebaliknya, variabel *promotion* memiliki proporsi penilaian baik terendah (56,8%), mengindikasikan bahwa strategi promosi belum optimal dalam menjangkau atau memengaruhi pasien. Dalam konteks pelayanan kesehatan, promosi yang efektif tidak hanya terbatas pada media iklan, tetapi juga mencakup edukasi kesehatan dan komunikasi interpersonal yang dapat meningkatkan kepercayaan pasien.[2] Sementara itu, variabel *price* (64,9%) tetap dinilai baik meskipun sebagian besar responden menggunakan BPJS, yang menunjukkan bahwa persepsi biaya tetap dipertimbangkan dalam

kaitannya dengan kualitas layanan yang diterima.

Pada variabel keputusan pasien, sebagian besar responden berada pada kategori baik (83,8%), yang menunjukkan bahwa secara umum pasien memiliki keputusan positif dalam memilih layanan kebidanan di Radjak *Hospital* Cengkareng. Hal ini mengindikasikan bahwa kombinasi elemen bauran pemasaran yang diterapkan telah mampu memenuhi harapan pasien. Selain itu, faktor pengalaman pelayanan dan kepercayaan juga berperan dalam memperkuat keputusan pasien dalam memilih dan menggunakan kembali layanan kesehatan.[5]

Tabel 3. Uji Bivariat Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Memilih

Variabel	Kategori	Keputusan Memilih		*p-value*
		Baik	Kurang baik	
Product (Produk)	Baik	23	10	0,582*
	Kurang baik	2	2	
Price (Harga)	Baik	22	7	0,083*
	Kurang baik	3	5	
Promotion (Promosi)	Baik	25	10	0,099*
	Kurang baik	0	2	
Place (Lokasi)	Baik	20	9	1,000*
	Kurang baik	5	3	
People (SDM)	Baik	24	6	0,002*
	Kurang baik	1	6	
Process (Proses)	Baik	22	4	0,001*
	Kurang baik	3	8	
Physical evidence (Bukti Fisik)	Baik	8	0	0,036*
	Kurang baik	17	12	

* uji *Fisher Exact* dengan tingkat signifikansi p < 0,05

Analisis bivariat menggunakan uji *Fisher Exact* menunjukkan bahwa hanya tiga variabel bauran pemasaran yang berhubungan signifikan dengan keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan di Radjak *Hospital* Cengkareng, yaitu SDM (p=0,002), proses (p=0,001), dan bukti fisik (p=0,036). Sementara itu,

variabel produk (p=0,582), harga (p=0,083), promosi (p=0,099), dan lokasi (p=1,000) tidak menunjukkan hubungan signifikan. Temuan ini mencerminkan bahwa dalam konteks layanan kebidanan berbasis JKN dan karakteristik layanan kesehatan yang bersifat intangible, faktor pengalaman pelayanan menjadi lebih dominan dibandingkan atribut pemasaran tradisional.

Hubungan *Product* (Produk) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk tidak memiliki hubungan signifikan dengan keputusan pasien (p=0,582). Secara teoritis, produk dalam layanan kesehatan mencakup jenis pelayanan, kelengkapan fasilitas medis, serta mutu klinis. Namun, karakteristik layanan kesehatan yang bersifat intangible dan credence goods menyebabkan pasien kesulitan mengevaluasi kualitas produk secara objektif, bahkan setelah layanan diterima. Hal ini menjadikan produk bukan sebagai determinan utama dalam pengambilan keputusan.

Temuan ini didukung oleh Massie yang menyatakan bahwa pasien lebih mengandalkan kepercayaan terhadap tenaga medis dibandingkan pemahaman terhadap spesifikasi layanan.[5] Selain itu, Putra dan Gani dalam systematic review juga menegaskan bahwa dimensi produk sering kali tidak signifikan karena keterbatasan literasi kesehatan pasien dalam menilai kualitas klinis.[9]

Selain itu, penelitian oleh Mandasari di salah satu rumah sakit di Sumatera Utara menunjukkan bahwa dimensi produk dapat berpengaruh terhadap keputusan pasien apabila terdapat diferensiasi layanan yang jelas dan spesifik, seperti layanan unggulan atau teknologi medis tertentu.[10] Namun pada kondisi layanan yang relatif homogen seperti di Radjak *Hospital* Cengkareng, pengaruh tersebut menjadi tidak dominan. Penelitian oleh Tonis di unit rawat jalan rumah sakit swasta di Riau juga menegaskan bahwa persepsi terhadap produk layanan kesehatan sering kali terbentuk melalui pengalaman pelayanan secara keseluruhan, bukan dari atribut produk itu sendiri.[11]

Namun demikian, hasil ini bertentangan dengan penelitian oleh Imanda yang menemukan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien,

terutama pada rumah sakit dengan diferensiasi layanan yang jelas.[12] Perbedaan ini dapat dijelaskan oleh konteks Radjak *Hospital* Cengkareng, di mana variasi layanan kebidanan antar fasilitas relatif homogen sehingga tidak menjadi faktor pembeda utama. Dalam layanan di poli kebidanan Radjak *Hospital* Cengkareng, pasien lebih mempertimbangkan "siapa yang memberikan layanan" dibandingkan "apa jenis layanan yang diberikan". Hal ini menunjukkan bahwa produk dalam layanan kebidanan lebih dipersepsikan melalui representasi SDM, bukan atribut teknisnya.

Hubungan *Price* (Harga) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Variabel harga tidak memiliki hubungan signifikan (p=0,083), yang menunjukkan bahwa biaya bukan faktor utama dalam keputusan pasien. Hal ini sangat dipengaruhi oleh dominasi penggunaan BPJS Kesehatan, sehingga pasien tidak merasakan beban biaya secara langsung.

Menurut Profil Kesehatan Indonesia tahun 2023, sistem JKN telah meningkatkan akses layanan kesehatan dengan menurunkan hambatan finansial.[6] Hal ini diperkuat oleh penelitian Jaya et al. di Makasar yang menyatakan bahwa dalam sistem pembiayaan asuransi, sensitivitas terhadap harga menjadi rendah.[13] Selain itu, layanan kesehatan bersifat inelastis, di mana permintaan tidak terlalu dipengaruhi oleh perubahan harga karena berkaitan dengan kebutuhan dasar dan keselamatan pasien. Oleh karena itu, pasien cenderung lebih fokus pada kualitas layanan dibandingkan biaya.

Hasil ini juga didukung oleh Larasati dalam penelitiannya pada salah satu klinik di kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur yang menyatakan bahwa pada era JKN, faktor harga cenderung tidak signifikan karena pasien lebih mempertimbangkan kemudahan akses dan kualitas layanan.[14] Selain itu, penelitian Anin pada salah satu rumah sakit di Makasar menemukan bahwa dalam layanan kesehatan, faktor kebutuhan (need-based demand) membuat pasien tetap menggunakan layanan meskipun terjadi variasi harga.[15] Hal ini memperkuat bahwa harga bukan determinan utama dalam konteks pasien BPJS seperti pada penelitian ini.

Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Alfani yang menemukan bahwa

harga berpengaruh signifikan, terutama pada pasien umum atau layanan non-BPJS.[1] Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh harga sangat tergantung pada segmentasi pasien dan sistem pembiayaan. Pasien poli kebidanan Radjak *Hospital* Cengkareng lebih menekankan pada kecepatan pelayanan dan kenyamanan, dibandingkan pertimbangan biaya.

Hubungan *Promotion* (Promosi) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Promosi tidak memiliki hubungan signifikan (p=0,099), yang menunjukkan bahwa strategi promosi formal belum menjadi faktor dominan dalam menarik pasien.

Penelitian yang dilakukan Soare menunjukkan bahwa dalam layanan kesehatan, *word-of-mouth* memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan promosi konvensional.[7] Hal ini disebabkan oleh tingginya kebutuhan akan kepercayaan dalam memilih layanan kesehatan, terutama pada layanan kebidanan yang bersifat sensitif dan berisiko. Selain itu, penelitian Indriani pada layanan Rumah sakit Pendidikan Universitas Hasanuddin juga menegaskan bahwa keputusan pasien lebih dipengaruhi oleh rekomendasi sosial dan citra rumah sakit dibandingkan iklan.[16] Faktor emosional seperti rasa aman, empati, dan pengalaman sebelumnya menjadi lebih dominan dibandingkan eksposur promosi.

Temuan ini juga diperkuat oleh Park yang menunjukkan bahwa promosi layanan kesehatan yang bersifat digital dan *patient-centered* lebih efektif dibandingkan promosi konvensional. Namun demikian, apabila promosi tidak dikemas secara informatif dan tidak mampu membangun kepercayaan, maka pengaruhnya tetap terbatas.[17] Selain itu, Erickson & Rothberg menyatakan bahwa layanan kesehatan bersifat intangible sehingga sulit dievaluasi secara objektif oleh pasien. Keputusan pasien lebih dipengaruhi oleh kepercayaan, pengalaman, dan hubungan jangka panjang dibandingkan promosi formal seperti iklan.[18]

Namun, hasil ini tidak sejalan dengan Ulfa yang menyatakan bahwa promosi dapat berpengaruh signifikan jika dilakukan secara edukatif dan berbasis digital.[19] Artinya, promosi masih berpotensi efektif jika disesuaikan dengan karakteristik pasien. Secara lapangan, pasien Radjak

Hospital Cengkareng cenderung datang karena rekomendasi keluarga atau pengalaman sebelumnya, bukan karena promosi media. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang lebih efektif adalah *relationship marketing* dibandingkan *advertising*.

Hubungan *Place* (Lokasi) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Variabel lokasi tidak memiliki hubungan signifikan (p=1,000), yang menunjukkan bahwa akses geografis bukan faktor utama dalam keputusan pasien.

Menurut penelitian yang dilakukan Jaya et al. di Makasar, dalam sistem rujukan BPJS, pemilihan rumah sakit lebih ditentukan oleh jalur administratif dibandingkan preferensi lokasi.[13] Hal ini menyebabkan lokasi menjadi faktor sekunder. Selain itu, berdasarkan observasi lapangan, Radjak *Hospital* Cengkareng memiliki keterbatasan pesaing langsung di sekitarnya, sehingga pasien tidak memiliki banyak alternatif. Kondisi ini menyebabkan lokasi tidak menjadi variabel pembeda dalam keputusan.

Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Mandasari di Sumatera Utara yang menyatakan bahwa lokasi tidak selalu menjadi faktor utama apabila rumah sakit telah terintegrasi dalam sistem rujukan nasional.[10] Selain itu, Tonis dalam penelitiannya di salah satu rumah sakit swasta di Riau menunjukkan bahwa kemudahan akses administratif dan sistem pelayanan lebih berpengaruh dibandingkan jarak geografis, sehingga faktor lokasi menjadi kurang relevan dalam konteks sistem JKN.[11]

Namun, penelitian Haryadi pada salah satu rumah sakit swasta di Bekasi barat menunjukkan bahwa lokasi dapat berpengaruh signifikan pada wilayah dengan kompetisi tinggi antar rumah sakit.[3] Dengan demikian, tidak signifikannya variabel lokasi dalam penelitian ini disebabkan oleh kondisi geografis dan sistem rujukan, bukan karena lokasi tidak penting secara umum.

Hubungan *People* (SDM) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Variabel SDM memiliki hubungan signifikan (p=0,002), yang menunjukkan

bahwa kualitas tenaga kesehatan menjadi faktor utama dalam keputusan pasien.

Menurut Haryadi, kompetensi, empati, dan komunikasi tenaga medis berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan keputusan pasien.[3] Hal ini diperkuat oleh Purcarea yang menyatakan bahwa dalam layanan kesehatan, interaksi manusia merupakan inti dari kualitas layanan.[2] Dalam konteks kebidanan, hubungan antara pasien dan tenaga kesehatan bersifat lebih emosional, sehingga aspek *trust* dan *empathy* menjadi sangat penting.

Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Fuadah pada unit rawat jalan di Rumah Sakit Umum daerah Surabaya yang menyatakan bahwa faktor psikologis seperti kepercayaan, persepsi terhadap tenaga kesehatan, dan interaksi interpersonal memiliki pengaruh signifikan terhadap pemanfaatan layanan kesehatan.[20] Selain itu, hasil penelitian Mandasari menegaskan bahwa kualitas SDM merupakan komponen paling dominan dalam bauran pemasaran jasa kesehatan karena berhubungan langsung dengan pengalaman pasien.[10]

Namun, penelitian Azizah pada salah satu RSUD di Semarang menunjukkan bahwa SDM tidak selalu signifikan jika sistem pelayanan lebih dominan.[21] Perbedaan ini menunjukkan bahwa peran SDM dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti proses dan fasilitas. Secara lapangan, pasien Radjak *Hospital* Cengkareng menilai tenaga medis ramah, komunikatif, dan kompeten, bahkan keterampilan dokter spesialis menjadi faktor utama kepercayaan pasien. Hal ini menjelaskan mengapa SDM menjadi variabel paling kuat dalam penelitian ini.

Hubungan *Process* (Proses) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Variabel proses memiliki hubungan signifikan (p=0,001), yang menunjukkan bahwa efisiensi pelayanan sangat memengaruhi keputusan pasien.

Menurut penelitian oleh Imanda pada unit rawat jalan pada salah satu rumah sakit swasta di Karawaci menyatakan proses pelayanan yang cepat dan terstruktur meningkatkan kepuasan dan keputusan pasien.[12] Hal ini juga didukung oleh penelitian Rahmawati di Magelang yang menyatakan bahwa alur pelayanan yang jelas dan waktu tunggu

yang singkat menjadi faktor penting dalam layanan kesehatan.[4]

Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Tonis di Riau yang menunjukkan bahwa proses pelayanan yang efisien, transparan, dan mudah dipahami akan meningkatkan keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan.[11] Selain itu, penelitian Larasati pada salah satu klinik di kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur menambahkan bahwa waktu tunggu dan kejelasan alur pelayanan merupakan indikator penting dalam persepsi kualitas layanan, sehingga memperkuat peran proses sebagai faktor signifikan.[14]

Namun, penelitian Nisa di Yogyakarta menunjukkan bahwa proses tidak selalu signifikan jika pasien lebih fokus pada hasil klinis.[22] Dalam konteks kebidanan, proses menjadi penting karena berkaitan dengan kenyamanan, kecemasan pasien, dan urgensi pelayanan. Hasil pengamatan di lapangan, Radjak *Hospital* Cengkareng memiliki sistem pelayanan yang cepat, antrean tidak panjang, dan alur jelas. Hal ini menciptakan pengalaman positif yang mendorong pasien untuk memilih layanan tersebut.

Hubungan *Physical evidence* (Bukti Fisik) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Variabel bukti fisik memiliki hubungan signifikan (p=0,036), yang menunjukkan bahwa lingkungan fisik rumah sakit memengaruhi persepsi pasien.

Menurut Alfani, bukti fisik seperti kebersihan, fasilitas, dan kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien.[1] Hal ini diperkuat oleh penelitian Rahmawati di Magelang yang menyatakan bahwa tampilan fisik rumah sakit mencerminkan kualitas layanan.[4]

Temuan ini juga diperkuat oleh pernyataan Erickson dan Rothberg bahwa dalam layanan yang bersifat intangible seperti kesehatan, bukti fisik berfungsi sebagai representasi kualitas layanan yang dapat diamati secara langsung oleh pasien.[18] Selain itu, penelitian Park di Negara Nevada juga menyatakan bahwa lingkungan fisik yang nyaman dan modern dapat meningkatkan kepercayaan serta persepsi profesionalisme layanan kesehatan.[17]

Namun, penelitian Azizah di Semarang menunjukkan bahwa bukti fisik tidak

selalu signifikan jika pasien lebih fokus pada hasil layanan.[21] Artinya, bukti fisik berfungsi sebagai faktor pendukung (supporting factor). Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, Radjak *Hospital* Cengkareng memiliki fasilitas yang bersih dan tertata rapi, serta penampilan tenaga medis yang profesional. Hal ini meningkatkan perceived quality dan memberikan rasa nyaman bagi pasien.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak seluruh elemen bauran pemasaran (7P) berpengaruh terhadap keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan di Radjak *Hospital* Cengkareng. Dari tujuh variabel yang dianalisis, hanya *people* (SDM) (p=0,002), *process* (proses) (p=0,001), dan *physical evidence* (bukti fisik) (p=0,036) yang terbukti memiliki hubungan signifikan. Ketiga variabel ini merepresentasikan pengalaman pelayanan langsung (*service experience*) yang dirasakan pasien, meliputi interaksi dengan tenaga kesehatan, efisiensi alur pelayanan, serta kenyamanan fasilitas.

Sebaliknya, variabel *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), dan *place* (Lokasi) tidak menunjukkan hubungan signifikan. Hal ini dipengaruhi oleh karakteristik layanan kesehatan yang bersifat intangible dan berbasis kepercayaan (*trust-based service*), serta dominasi sistem pembiayaan JKN/BPJS yang menurunkan sensitivitas pasien terhadap harga dan lokasi. Selain itu, keputusan pasien lebih banyak dipengaruhi oleh *word-of-mouth* dan pengalaman sebelumnya dibandingkan promosi formal.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam konteks layanan kebidanan, keputusan pasien lebih ditentukan oleh kualitas pengalaman pelayanan dibandingkan atribut pemasaran konvensional. Temuan ini menegaskan bahwa pendekatan pemasaran rumah sakit perlu bergeser dari *product-oriented* menjadi *patient experience-oriented*.

PENUTUP

Terimakasih kepada pihak manajemen Radjak *Hospital* Cengkareng yang sudah membantu dalam pengambilan data dan sesi diskusi untuk menambah informasi pada pembahasan tulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Alfani S, Widjanarko B, Sriatmi A. Bauran pemasaran jasa (7P) terhadap

keputusan pasien dalam memilih layanan di Rumah Sakit: Literature review. JHolHealth [Internet]. 2023;17(1):1–8. Available from: http://dx.doi.org/10.33024/hjk.v17i1.8870

Purcarea VL. The impact of marketing strategies in healthcare systems. J Med Life [Internet]. 2019;12(2):93–6. Available from: http://dx.doi.org/10.25122/jml-2019-1003

Haryadi Y, Rachman T, Wiyatno TN. Pengaruh marketing mix Dan perceived service quality terhadap revisit intention yang dimediasi patients' perceived satisfaction primaya *hospital* bekasi Barat. J Econ Bussines Account (COSTING) [Internet]. 2024 [cited 2025 Jun 12];7(6):9534–55. Available from: https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/13009

Rahmawati Y, Susilowati S. The role of the marketing mix factors in *hospital* selection. Academic *Hospital* Journal [Internet]. 2024 [cited 2025 Jun 12];5(1):08. Available from: https://journal.ugm.ac.id/ahj/article/view/73529

Massie AC, Keni K, Gunawan S. Faktor penentu keputusan pasien dalam pemilihan rumah sakit swasta di Jakarta. J Manaj Bisnis dan Kewirausahaan [Internet]. 2024;8(6):1278–92. Available from: http://dx.doi.org/10.24912/jmbk.v8i6.32329

Profil Kesehatan Indonesia 2023 [Internet]. Kemkes.go.id. [cited 2025 Jun 12]. Available from: https://kemkes.go.id/id/profil-kesehatan-indonesia-2023

Soare T, Ianovici C, Gheorghe I-R, Purcărea VL, Soare CM. A word-of-mouth perspective on consumers of family medicine services: a case study. J Med Life [Internet]. 2022;15(5):655–60. Available from: http://dx.doi.org/10.25122/jml-2022-0098

Reza LY. Bauran Pemasaran Dengan Keputusan Pasien Memilih Perawatan Inap Di RSUD H. Abdul Manap Kota Jambi Tahun 2023. Repository Unja [Internet]. 2023 [cited 2025 May 8]:104–89. Available from: https://repository.unja.ac.id/58108/8/FULL%20SKRIPSII.pdfhttps://rep

ository.unja.ac.id/58108/8/FULL%20SKRIPSII.pdf

Putra PL, Gani A. Systematic review: Relationship between *Hospital* Marketing Mix and patient visits and *Hospital* selection. Journal of World Science(JWS) [Internet]. 2024;3(1):126–32. Available from: http://dx.doi.org/10.58344/jws.v3i1.542

Mandasari T, Fitriani AD, Nuraini N. The influence of marketing mix on patient decision-making in choosing Nur'aini General *Hospital* south labuhan Batu. PROMOTOR [Internet]. 2024;7(1):146–59. Available from: http://dx.doi.org/10.32832/pro.v7i1.607

Tonis M, Shinta Yuliana A, Handoko B, Erlisa H. STRATEGI BAURAN PEMASARAN DENGAN KEPUTUSAN MEMILIH LAYANAN KESEHATAN BAGI PASIEN DI UNIT RAWAT JALAN RUMAH SAKIT PELITA. PREPOTIF : JURNAL KESEHATAN MASYARAKAT [Internet]. 2024;8(3):5572–9. Available from: http://dx.doi.org/10.31004/prepotif.v8i3.34849

Imanda ET, Germas Kodyat A, Widiyaningsih C. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Memilih Pelayanan Pada Pasien Umum Rawat Jalan RS Sari Asih Karawaci. Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARSI) [Internet]. 2023;7(4):398–408. Available from: http://dx.doi.org/10.52643/marsi.v7i4.3569

Jaya IBR, Amir MY, Darmawansyah D, Palutturi S, Jafar N, Syafar M. The relationship of marketing mix with patients' decisions to choose health services in outpatient and inpatient installations at Sandi karsa *Hospital*, Makassar. Pharmacogn J [Internet]. 2024;16(3):630–7. Available from: http://dx.doi.org/10.5530/pj.2024.16.99

Larasati N, Komara E, Suwardhani AD. Analisis pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) terhadap keputusan pasien memilih layanan kesehatan Di Klinik Binawan. PESHUM [Internet]. 2024 [cited 2025 Jul 15];4(1):314–23. Available from: https://al-haramjournal.id/index.php/PESHU

M/article/view/6627?articlesBySimilarityPage=31

Anin TY, Abdullah R, Haeruddin. PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH LAYANAN PASIEN RAWAT INAP DI RUMAH SAKIT TADJUDDIN CHALID MAKASSAR. DJIK [Internet]. 2018Dec.18 [cited 2025 Jul 15];13(5):525-30. Available from: https://ojs.institutnh.ac.id/index.php/jikd/article/view/67

Indriani D, Akbar M, Arianto A. Pengaruh word of mouth Dan brand image terhadap Keputusan Memilih Layanan Rumah sakit Pendidikan Universitas Hasanuddin [Internet]. Wardah : Jurnal Dakwah dan Kemasyarakatan; 2023 [cited 2025 Jul 10]. Available from: https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/warda/article/view/21184

Park S-Y, Yun GW, Friedman S, Hill K, Coppes MJ. Patient-centered care and healthcare consumerism in online healthcare service advertisements: A positioning analysis. J Patient Exp [Internet]. 2022;9:23743735221133636. Available from: http://dx.doi.org/10.1177/23743735221133636

Erickson GS, Rothberg HN. Healthcare and *Hospital*ity: intangible dynamics for evaluating industry sectors. Serv Ind J [Internet]. 2017;37(9–10):589–606. Available from: http://dx.doi.org/10.1080/02642069.2017.1346628

Ulfa AR, Ernawaty E, Suraya AS. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan Kesehatan di Rumah Sakit. JOTING [Internet]. 2024 [cited 2025 Jul 22];6(2):2017–25. Available from: https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/JOTING/article/view/11626

Fuadah AZ. Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Psikologis terhadap Pemanfaatan Jasa Pelayanan Kesehatan di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Haji Surabaya. J Kesehatan masy [Internet]. 2022;5(1):19–26. Available from: http://dx.doi.org/10.33085/jkg.v5i1.5013

Azizah N, Raharjo BB. Pengaruh bauran pemasaran terhadap proses keputusan pasien memilih layanan kesehatan. HIGEIA (Journal of Public Health Research and Development)

[Internet]. 2020 [cited 2025 Jul 22];4(2):189–200. Available from: https://journal.unnes.ac.id/sju/higeia/article/view/33140

Nisa I. Hubungan Bauran pemasaran terhadap Keputusan Pasien memilih unit Rawat Jalan di Rumah Sakit Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta [Internet]. 2019 [cited 2025 Jul 5]. Available from: https://eprints.uad.ac.id/14768/

Turnitin.library

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak Hospital Cengkare...

Artikel Jurnal 1

Document Details

Submission ID
trn:oid:::3618:135954095

Submission Date
Apr 21, 2026, 11:45 AM GMT+7

Download Date
Apr 21, 2026, 11:48 AM GMT+7

File Name
pamers radjak cengkareng_jurnal marsi_final.docx

File Size
4.2 MB

8 Pages

3,700 Words

25,235 Characters

21% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Small Matches (less than 10 words)

Top Sources

19% Internet sources
14% Publications
0% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

19% Internet sources
14% Publications
0% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	
journal.ipm2kpe.or.id		4%
2	Internet	
123dok.com		2%
3	Internet	
repository.unhas.ac.id		2%
4	Publication	
"Strategi Place dalam Pemasaran Rumah Sakit di Indonesia; Systematic Review", ...		2%
5	Publication	
Ani Kipatul Hidayah, Lenie Marlinae, Laily Khairiyati, Agung Waskito et al. "Peran ...		2%
6	Publication	
Fadila Rahma Ghoer. "Penggunaan Media Pembelajaran Audio Visual Terhadap M...		1%
7	Internet	
e-journal.trisakti.ac.id		1%
8	Internet	
text-id.123dok.com		1%
9	Internet	
lingkunganhidup.jakarta.go.id		<1%
10	Internet	
rsjmutiarasukma.ntbprov.go.id		<1%
11	Publication	
Adennisa Yunitasari Nurrachma, Zahroh Shaluhiyah, Ayun Sriatmi. "FAKTOR YAN...		<1%

12 Publication

Bejo danang Saputra, Sodikin Sodikin, Siti Mukhalifatun Annisa. "KARAKTERISTIK ... <1%

13 Internet

idjpcr.usu.ac.id <1%

14 Internet

repository.stikespantirapih.ac.id <1%

15 Internet

www.journal.unair.ac.id <1%

16 Internet

student.blog.dinus.ac.id <1%

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak *Hospital* Cengkareng

Alfajri Febri Nugraha[1], Ignatius David Anthony Danusiswanta[2], Raihan Raharjo[3], dan Juni Chudri[4]
[1,2,3]Program Studi Kedokteran, Fakultas Kedokteran, Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia
[4]Departemen Fisiologi, Program Studi Kedokteran, Fakultas Kedokteran, Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia

drjunichudri@trisakti.ac.id

Abstrak (maksimum 250 kata)

Persaingan yang ketat di sektor layanan kesehatan mendorong rumah sakit untuk tidak hanya menyediakan pelayanan klinis bermutu, tetapi juga menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Salah satu pendekatan yang potensial dalam mempengaruhi pilihan pasien terhadap layanan, termasuk kebidanan, adalah bauran pemasaran jasa (7P). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi kaitan antara bauran pemasaran 7P dengan pilihan pasien terhadap layanan di poli kebidanan Radjak *Hospital* Cengkareng. Studi kuantitatif dengan rancangan potong lintang dilakukan pada 37 responden yang diambil secara purposif. Instrumen berupa kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data, lalu dianalisis memakai uji *Fisher Exact*. Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan bermakna antara variabel *People* (p=0,002), *Process* (p=0,001), dan *Physical evidence* (p=0,036) terhadap keputusan pasien. Sementara itu, variabel *Product* (p=0,582), *Price* (p=0,083), *Promotion* (p=0,099), dan *Place* (p=1,000) tidak menunjukkan hubungan yang signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengalaman selama menerima layanan, terutama interaksi dengan petugas kesehatan, efisiensi prosedur, serta kondisi fasilitas, menjadi faktor utama dalam proses pengambilan keputusan oleh pasien. Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa pilihan pasien pada layanan kebidanan lebih banyak ditentukan oleh aspek pengalaman dibandingkan dengan atribut pemasaran konvensional. Oleh sebab itu, peningkatan kualitas sumber daya manusia, optimalisasi prosedur pelayanan, dan perbaikan lingkungan fisik harus menjadi prioritas dalam strategi pemasaran rumah sakit.

Kata kunci: strategi pemasaran, bauran pemasaran, keputusan pasien, layanan kebidanan, rumah sakit.

Abstract

In the increasingly competitive healthcare landscape, Hospitals are required not only to offer high-quality clinical services but also to deploy effective marketing strategies. The service marketing mix (7Ps) is a potential approach to influence patients' decisions in selecting healthcare services, including obstetric care. This study aims to analyze the relationship between the marketing mix (7Ps) and patient decisions in choosing services at the obstetrics clinic of Radjak Hospital Cengkareng. A quantitative design with a cross-sectional approach was employed, involving 37 respondents selected through purposive sampling. Data were collected via a structured questionnaire and analyzed using Fisher's Exact test. The results revealed that the variables People (p=0.002), Process (p=0.001), and Physical evidence (p=0.036) were significantly associated with patient decisions. In contrast, Product (p=0.582), Price (p=0.083), Promotion (p=0.099), and Place (p=1.000) showed no significant associations. These findings suggest that service experience—particularly interactions with healthcare providers, procedural efficiency, and facility conditions—plays a key role in patient decision-making. In conclusion, patient decisions in obstetric services are more influenced by experiential factors than by conventional

marketing attributes. Therefore, improving human resources, optimizing service Processes, and enhancing the physical environment should be prioritized in Hospital marketing strategies.

Keywords : *marketing strategies, marketing mix, patient decision, obstetric services, Hospital.*

PENDAHULUAN (11 PT, BOLD)

Rumah sakit memegang peranan penting sebagai institusi pelayanan kesehatan dalam upaya meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Di era persaingan layanan kesehatan yang semakin kompetitif, rumah sakit tidak hanya diharapkan memberikan pelayanan medis yang bermutu, tetapi juga perlu menyusun strategi pemasaran yang tepat guna menarik dan mempertahankan pasien. Bauran pemasaran jasa (*marketing mix*) yang mencakup tujuh komponen utama, yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Process,* dan *Physical evidence*, merupakan salah satu pendekatan yang banyak diadopsi. Layanan kesehatan memiliki karakteristik unik, yaitu tidak berwujud (*intangible*), produksi dan konsumsi berlangsung bersamaan (*inseparable*), bervariasi (*variability*), serta tidak dapat disimpan (*perishability*). Karakteristik ini menyebabkan pasien cenderung menilai layanan secara holistik, tidak hanya berdasarkan aspek medis semata. Akibatnya, keputusan untuk memilih layanan kesehatan sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap mutu pelayanan secara menyeluruh.[1–3]

Dalam proses pengambilan keputusan, pasien pada umumnya mempertimbangkan berbagai aspek, seperti pengalaman selama menerima pelayanan, kualitas interaksi dengan tenaga kesehatan, kemudahan prosedur, serta kenyamanan fasilitas. Hal ini menjadi sangat penting pada layanan kebidanan yang berhubungan langsung dengan keselamatan ibu dan anak, sehingga unsur kepercayaan, rasa aman, dan kenyamanan menjadi pertimbangan utama. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa dimensi *People*, *Process*, dan *Physical evidence* memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk kepuasan dan keputusan pasien.[4,5] Di sisi lain, tidak semua komponen bauran pemasaran memberikan pengaruh yang sama. Dalam konteks Jaminan Kesehatan Nasional (JKN), faktor harga cenderung kurang dominan karena sebagian besar biaya pelayanan ditanggung oleh skema asuransi.[6] Selain itu, keputusan pasien sering pula dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu dan rekomendasi dari lingkungan sosial (*word-of-mouth*) yang dianggap lebih dapat dipercaya dibandingkan promosi formal.[7]

Radjak *Hospital* Cengkareng merupakan salah satu rumah sakit swasta di Jakarta Barat yang menyediakan layanan kebidanan yang cukup diminati masyarakat. Namun, belum diketahui secara pasti elemen bauran pemasaran mana yang paling dominan mempengaruhi keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan di rumah sakit tersebut. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana hubungan elemen bauran pemasaran 7P terhadap keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan di Radjak *Hospital* Cengkareng. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara setiap elemen bauran pemasaran, yaitu *Product, Price, Promotion, Place, People, Process*, dan *Physical evidence*, dengan keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu manajemen rumah sakit, khususnya terkait penerapan bauran pemasaran dalam meningkatkan keputusan pemanfaatan layanan kesehatan. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen rumah sakit dalam menyusun strategi pemasaran dan peningkatan mutu pelayanan kebidanan, serta menjadi masukan bagi tenaga kesehatan dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji topik serupa.

METODE

Penelitian ini menerapkan desain kuantitatif deskriptif analitik dengan pendekatan potong lintang (*cross-sectional*) untuk mengkaji hubungan antara bauran pemasaran 7P dan keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan di Radjak *Hospital* Cengkareng. Pengambilan data dilakukan pada bulan Juni 2025

di poli kebidanan. Populasi penelitian adalah seluruh pasien rawat jalan poli kebidanan, dengan sampel sebanyak 37 responden yang dipilih secara purposive sampling. Kriteria inklusi meliputi pasien yang bersedia menjadi responden dan mampu mengisi kuesioner, sedangkan kriteria eksklusi adalah pasien yang tidak memungkinkan untuk berpartisipasi.

Instrumen yang digunakan berupa kuesioner terstruktur yang mengacu pada instrumen Reza LY, yang telah disesuaikan dengan konteks pelayanan kebidanan.[8] Variabel yang diukur meliputi bauran pemasaran (*Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical evidence*) dan keputusan pasien. Setiap variabel umumnya terdiri dari 5 item pertanyaan, kecuali *Physical evidence* yang terdiri dari 4 item. Pengukuran dilakukan menggunakan skala *Likert* 4 poin. Penilaian kemudian dikategorikan menjadi baik dan kurang baik dengan metode interval. Skor tertinggi adalah 20 (100%) dan terendah 5 (25%), menghasilkan rentang 75%. Dengan dua kategori, diperoleh interval 37,5% sehingga batas (*cut off*) ditetapkan pada 62,5% (100%–37,5%). Kriteria penilaian adalah baik (≥62,5%) dan kurang baik (<62,5%).

Pengumpulan data dilakukan secara langsung setelah pelayanan dengan persetujuan responden dan jaminan kerahasiaan. Analisis data meliputi analisis univariat (distribusi frekuensi) dan bivariat menggunakan uji *Fisher Exact* dengan tingkat signifikansi p<0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Radjak *Hospital* Cengkareng merupakan salah satu rumah sakit swasta yang berada di bawah naungan Radjak *Hospital* Group dan memiliki lokasi yang strategis di wilayah Jakarta Barat. Rumah sakit ini menjadi rujukan masyarakat sekitar, terutama dalam pelayanan kebidanan yang menjadi salah satu layanan unggulan. Untuk mengetahui efektivitas strategi pemasaran rumah sakit terhadap keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan, dilakukan penelitian kuantitatif yang melibatkan 37 responden dengan menggunakan pendekatan bauran pemasaran 7P (*Product*, *Price*, *Promotion*, *Place*, *People*, *Process*, dan *Physical evidence*).

Tabel 1. Distribusi Karakteristik Responden di Radjak *Hospital* Cengkareng

	Kategori	Jumlah (%)
Usia	Remaja akhir (17-25 tahun)	9 (24,3%)
	Dewasa awal (26-35 tahun)	28 (75,6%)
Alamat (kelurahan)	Cengkareng Barat	13 (35,1%)
	Cengkareng Timur	10 (27%)
	Duri Kosambi	4 (10,8%)
	Kapuk	3 (8,1%)
	Kedaung Kali Angke	2 (5,4%)
	Rawa Buaya	4 (10,8%)
	Lainnya	1 (2,7%)
Pendidikan	Tidak sekolah	0 (0%)
	SD/sederajat	0 (0%)
	SMP/sederajat	0 (0%)
	SMA	15 (40,5%)
	D1-D3	0 (0%)
	S1	22 (59,4%)
	S2-S3	0 (0%)
Pekerjaan	PNS/TNI/POLRI	2 (5,4%)
	Pegawai swasta	16 (43,2%)
	Wiraswasta	2 (5,4%)
	Buru tani/nelayan	0 (0%)
	Mahasiswa/pelajar	1 (2,7%)
	Tidak bekerja	16 (43,2%)
Kunjungan	Pertama kali	29 (78,3%)
	Berulang	8 (21,6%)
Sumber Biaya	BPJS Kesehatan	27 (72,9%)
	Asuransi swasta	9 (24,3%)
	Biaya pribadi	1 (2,7%)

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 37 responden di Poli Kebidanan Radjak *Hospital* Cengkareng, mayoritas responden berada pada usia 20–35 tahun (81,1%), berpendidikan tinggi (91,9%), tidak bekerja (62,2%), dan menggunakan BPJS (78,4%). Dominasi usia reproduktif menunjukkan tingginya kebutuhan layanan kebidanan pada kelompok usia tersebut, sementara tingkat pendidikan yang tinggi berpotensi meningkatkan kemampuan pasien dalam memahami informasi dan mengambil keputusan terkait layanan kesehatan. Tingginya penggunaan BPJS mengindikasikan bahwa akses

pembiayaan melalui Jaminan Kesehatan Nasional menjadi faktor penting dalam pemanfaatan layanan, sehingga pertimbangan biaya tidak menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan pasien.[3,6,7]

Tabel 2. Analisis Karakteristik Responden

Variabel	Kategori	Jumlah (%)
Product (Produk)	Baik	33 (89,19%)
	Kurang baik	4 (10,81%)
Price (Harga)	Baik	29 (78,38%)
	Kurang baik	8 (21,62%)
Promotion (Promosi)	Baik	35 (94,59%)
	Kurang baik	2 (5,41%)
Place (Lokasi)	Baik	29 (78,38%)
	Kurang baik	8 (21,62%)
People (SDM)	Baik	30 (81,08%)
	Kurang baik	7 (18,92%)
Process (Proses)	Baik	26 (70,27%)
	Kurang baik	11 (29,73%)
Physical evidence (Bukti Fisik)	Baik	8 (21,62%)
	Kurang baik	29 (78,38%)
Keputusan memilih	Baik	25 (67,57%)
	Kurang baik	12 (32,43%)

Pada variabel bauran pemasaran, seluruh komponen umumnya dinilai baik oleh sebagian besar responden. Variabel *People* (83,8%), *Process* (81,1%), dan *Physical evidence* (78,4%) merupakan aspek dengan penilaian tertinggi, menunjukkan bahwa kualitas interaksi tenaga kesehatan, alur pelayanan, dan kondisi fasilitas fisik menjadi faktor dominan dalam membentuk persepsi positif pasien. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa aspek sumber daya manusia dan proses pelayanan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan serta keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan.[1,4] Variabel *Product* (75,7%) dan *Place* (73,0%) juga dinilai baik, yang menunjukkan bahwa jenis layanan serta aksesibilitas rumah sakit telah sesuai dengan kebutuhan pasien.

Sebaliknya, variabel *Promotion* memiliki proporsi penilaian baik terendah (56,8%), mengindikasikan bahwa strategi promosi belum optimal dalam menjangkau atau memengaruhi pasien. Dalam konteks pelayanan kesehatan, promosi yang efektif tidak hanya terbatas pada media iklan, tetapi juga mencakup edukasi kesehatan dan komunikasi interpersonal yang dapat meningkatkan kepercayaan pasien.[2] Sementara itu, variabel *Price* (64,9%) tetap dinilai baik meskipun sebagian besar responden menggunakan BPJS, yang menunjukkan bahwa persepsi biaya tetap dipertimbangkan dalam kaitannya dengan kualitas layanan yang diterima.

Pada variabel keputusan pasien, sebagian besar responden berada pada kategori baik (83,8%), yang menunjukkan bahwa secara umum pasien memiliki keputusan positif dalam memilih layanan kebidanan di Radjak *Hospital* Cengkareng. Hal ini mengindikasikan bahwa kombinasi elemen bauran pemasaran yang diterapkan telah mampu memenuhi harapan pasien. Selain itu, faktor pengalaman pelayanan dan kepercayaan juga berperan dalam memperkuat keputusan pasien dalam memilih dan menggunakan kembali layanan kesehatan.[5]

Tabel 3. Uji Bivariat Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Memilih

Variabel	Kategori	Keputusan Memilih		*p-value*
		Baik	Kurang baik	
Product (Produk)	Baik	23	10	0,582*
	Kurang baik	2	2	
Price (Harga)	Baik	22	7	0,083*
	Kurang baik	3	5	
Promotion (Promosi)	Baik	25	10	0,099*
	Kurang baik	0	2	
Place (Lokasi)	Baik	20	9	1,000*
	Kurang baik	5	3	
	Baik	24	6	0,002*

People (SDM)	Kurang baik	1	6	
Process (Proses)	Baik	22	4	0,001*
	Kurang baik	3	8	
Physical evidence (Bukti Fisik)	Baik	8	0	0,036*
	Kurang baik	17	12	

* uji *Fisher Exact* dengan tingkat signifikansi p<0,05

Analisis bivariat menggunakan uji *Fisher Exact* menunjukkan bahwa hanya tiga variabel bauran pemasaran yang berhubungan signifikan dengan keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan di Radjak *Hospital* Cengkareng, yaitu *People* (SDM) (p=0,002), *Process* (proses) (p=0,001), dan *Physical evidence* (bukti fisik) (p=0,036). Sementara itu, variabel *Product* (p=0,582), *Price* (p=0,083), *Promotion* (p=0,099), dan *Place* (p=1,000) tidak menunjukkan hubungan signifikan. Temuan ini mencerminkan bahwa dalam konteks layanan kebidanan berbasis JKN dan karakteristik layanan kesehatan yang bersifat intangible, faktor pengalaman pelayanan menjadi lebih dominan dibandingkan atribut pemasaran tradisional.

Hubungan *Product* (Produk) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk tidak memiliki hubungan signifikan dengan keputusan pasien (p=0,582). Secara teoretis, produk dalam layanan kesehatan mencakup jenis pelayanan, kelengkapan fasilitas medis, serta mutu klinis. Namun, karakteristik layanan kesehatan yang bersifat intangible dan credence goods menyebabkan pasien kesulitan mengevaluasi kualitas produk secara objektif, bahkan setelah layanan diterima. Hal ini menjadikan produk bukan sebagai determinan utama dalam pengambilan keputusan.

Temuan ini didukung oleh Massie yang menyatakan bahwa pasien lebih mengandalkan kepercayaan terhadap tenaga medis dibandingkan pemahaman terhadap spesifikasi layanan.[5] Selain itu, Putra dan Gani dalam *systematic review* juga menegaskan bahwa dimensi produk sering kali tidak signifikan karena keterbatasan literasi kesehatan pasien dalam menilai kualitas klinis.[9]

Selain itu, penelitian oleh Mandasari di salah satu rumah sakit di Sumatera Utara menunjukkan bahwa dimensi produk dapat berpengaruh terhadap keputusan pasien apabila terdapat diferensiasi layanan yang jelas dan spesifik, seperti layanan unggulan atau teknologi medis tertentu.[10] Namun pada kondisi layanan yang relatif homogen seperti di Radjak *Hospital* Cengkareng, pengaruh tersebut menjadi tidak dominan. Penelitian oleh Tonis di unit rawat jalan rumah sakit swasta di Riau juga menegaskan bahwa persepsi terhadap produk layanan kesehatan sering kali terbentuk melalui pengalaman pelayanan secara keseluruhan, bukan dari atribut produk itu sendiri.[11]

Namun demikian, hasil ini bertentangan dengan penelitian oleh Imanda yang menemukan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien, terutama pada rumah sakit dengan diferensiasi layanan yang jelas.[12] Perbedaan ini dapat dijelaskan oleh konteks Radjak *Hospital* Cengkareng, di mana variasi layanan kebidanan antar fasilitas relatif homogen sehingga tidak menjadi faktor pembeda utama. Dalam layanan di poli kebidanan Radjak *Hospital* Cengkareng, pasien lebih mempertimbangkan "siapa yang memberikan layanan" dibandingkan "apa jenis layanan yang diberikan". Hal ini menunjukkan bahwa produk dalam layanan kebidanan lebih dipersepsikan melalui representasi SDM, bukan atribut teknisnya.

Hubungan *Price* (Harga) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Variabel harga tidak memiliki hubungan signifikan (p=0,083), yang menunjukkan bahwa biaya bukan faktor utama dalam keputusan pasien. Hal ini sangat dipengaruhi oleh dominasi penggunaan BPJS Kesehatan, sehingga pasien tidak merasakan beban biaya secara langsung.

Menurut Profil Kesehatan Indonesia tahun 2023, sistem JKN telah meningkatkan akses layanan kesehatan dengan menurunkan hambatan finansial.[6] Hal ini diperkuat oleh penelitian Jaya et al. di Makasar yang menyatakan bahwa dalam sistem pembiayaan asuransi, sensitivitas terhadap harga menjadi rendah.[13] Selain itu,

layanan kesehatan bersifat inelastis, di mana permintaan tidak terlalu dipengaruhi oleh perubahan harga karena berkaitan dengan kebutuhan dasar dan keselamatan pasien. Oleh karena itu, pasien cenderung lebih fokus pada kualitas layanan dibandingkan biaya.

Hasil ini juga didukung oleh Larasati dalam penelitiannya pada salah satu klinik di kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur yang menyatakan bahwa pada era JKN, faktor harga cenderung tidak signifikan karena pasien lebih mempertimbangkan kemudahan akses dan kualitas layanan.[14] Selain itu, penelitian Anin pada salah satu rumah sakit di Makasar menemukan bahwa dalam layanan kesehatan, faktor kebutuhan (*need-based demand*) membuat pasien tetap menggunakan layanan meskipun terjadi variasi harga.[15] Hal ini memperkuat bahwa harga bukan determinan utama dalam konteks pasien BPJS seperti pada penelitian ini.

Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Alfani yang menemukan bahwa harga berpengaruh signifikan, terutama pada pasien umum atau layanan non-BPJS.[1] Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh harga sangat tergantung pada segmentasi pasien dan sistem pembiayaan. Pasien poli kebidanan Radjak *Hospital* Cengkareng lebih menekankan pada kecepatan pelayanan dan kenyamanan, dibandingkan pertimbangan biaya.

Hubungan *Promotion* (Promosi) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Promosi tidak memiliki hubungan signifikan (p=0,099), yang menunjukkan bahwa strategi promosi formal belum menjadi faktor dominan dalam menarik pasien.

Penelitian yang dilakukan Soare menunjukkan bahwa dalam layanan kesehatan, *word-of-mouth* memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan promosi konvensional.[7] Hal ini disebabkan oleh tingginya kebutuhan akan kepercayaan dalam memilih layanan kesehatan, terutama pada layanan kebidanan yang bersifat sensitif dan berisiko. Selain itu, penelitian Indriani pada layanan Rumah sakit Pendidikan Universitas Hasanuddin juga menegaskan bahwa keputusan pasien lebih dipengaruhi oleh rekomendasi sosial dan citra rumah sakit dibandingkan iklan.[16] Faktor emosional seperti rasa aman, empati, dan pengalaman sebelumnya menjadi lebih dominan dibandingkan eksposur promosi.

Temuan ini juga diperkuat oleh Park yang menunjukkan bahwa promosi layanan kesehatan yang bersifat digital dan *patient-centered* lebih efektif dibandingkan promosi konvensional. Namun demikian, apabila promosi tidak dikemas secara informatif dan tidak mampu membangun kepercayaan, maka pengaruhnya tetap terbatas.[17] Selain itu, Erickson & Rothberg menyatakan bahwa layanan kesehatan bersifat *intangible* sehingga sulit dievaluasi secara objektif oleh pasien. Keputusan pasien lebih dipengaruhi oleh kepercayaan, pengalaman, dan hubungan jangka panjang dibandingkan promosi formal seperti iklan.[18]

Namun, hasil ini tidak sejalan dengan Ulfa yang menyatakan bahwa promosi dapat berpengaruh signifikan jika dilakukan secara edukatif dan berbasis digital.[19] Artinya, promosi masih berpotensi efektif jika disesuaikan dengan karakteristik pasien. Secara lapangan, pasien Radjak *Hospital* Cengkareng cenderung datang karena rekomendasi keluarga atau pengalaman sebelumnya, bukan karena promosi media. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang lebih efektif adalah *relationship marketing* dibandingkan *advertising*.

Hubungan *Place* (Lokasi) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Variabel lokasi tidak memiliki hubungan signifikan (p=1,000), yang menunjukkan bahwa akses geografis bukan faktor utama dalam keputusan pasien.

Menurut penelitian yang dilakukan Jaya et al. di Makasar, dalam sistem rujukan BPJS, pemilihan rumah sakit lebih ditentukan oleh jalur administratif dibandingkan preferensi lokasi.[13] Hal ini menyebabkan lokasi menjadi faktor sekunder. Selain itu, berdasarkan observasi lapangan, Radjak *Hospital* Cengkareng memiliki keterbatasan pesaing langsung di sekitarnya, sehingga pasien tidak memiliki banyak alternatif. Kondisi ini menyebabkan lokasi tidak menjadi variabel pembeda dalam keputusan.

Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Mandasari di Sumatera Utara yang menyatakan bahwa lokasi tidak selalu menjadi faktor utama apabila rumah sakit telah terintegrasi dalam sistem rujukan nasional.[10] Selain itu, Tonis dalam penelitiannya di salah satu rumah sakit swasta di Riau menunjukkan bahwa kemudahan akses administratif dan sistem pelayanan lebih berpengaruh dibandingkan jarak geografis, sehingga faktor lokasi menjadi kurang relevan dalam konteks sistem JKN.[11]

Namun, penelitian Haryadi pada salah satu rumah sakit swasta di Bekasi barat menunjukkan bahwa lokasi dapat berpengaruh signifikan pada wilayah dengan kompetisi tinggi antar rumah sakit.[3] Dengan demikian, tidak signifikannya variabel lokasi dalam penelitian ini disebabkan oleh kondisi geografis dan sistem rujukan, bukan karena lokasi tidak penting secara umum.

Hubungan *People* (SDM) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Variabel SDM memiliki hubungan signifikan (p=0,002), yang menunjukkan bahwa kualitas tenaga kesehatan menjadi faktor utama dalam keputusan pasien.

Menurut Haryadi, kompetensi, empati, dan komunikasi tenaga medis berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan keputusan pasien.[3] Hal ini diperkuat oleh Purcarea yang menyatakan bahwa dalam layanan kesehatan, interaksi manusia merupakan inti dari kualitas layanan.[2] Dalam konteks kebidanan, hubungan antara pasien dan tenaga kesehatan bersifat lebih emosional, sehingga aspek *trust* dan *empathy* menjadi sangat penting.

Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Fuadah pada unit rawat jalan di Rumah Sakit Umum daerah Surabaya yang menyatakan bahwa faktor psikologis seperti kepercayaan, persepsi terhadap tenaga kesehatan, dan interaksi interpersonal memiliki pengaruh signifikan terhadap pemanfaatan layanan kesehatan.[20] Selain itu, hasil penelitian Mandasari menegaskan bahwa kualitas SDM merupakan komponen paling dominan dalam bauran pemasaran jasa kesehatan karena berhubungan langsung dengan pengalaman pasien.[10]

Namun, penelitian Azizah pada salah satu RSUD di Semarang menunjukkan bahwa SDM tidak selalu signifikan jika sistem pelayanan lebih dominan.[21] Perbedaan ini menunjukkan bahwa peran SDM dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti proses dan fasilitas. Secara lapangan, pasien Radjak *Hospital* Cengkareng menilai tenaga medis ramah, komunikatif, dan kompeten, bahkan keterampilan dokter spesialis menjadi faktor utama kepercayaan pasien. Hal ini menjelaskan mengapa SDM menjadi variabel paling kuat dalam penelitian ini.

Hubungan *Process* (Proses) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Variabel proses memiliki hubungan signifikan (p=0,001), yang menunjukkan bahwa efisiensi pelayanan sangat memengaruhi keputusan pasien.

Menurut penelitian oleh Imanda pada unit rawat jalan pada salah satu rumah sakit swasta di Karawaci menyatakan proses pelayanan yang cepat dan terstruktur meningkatkan kepuasan dan keputusan pasien.[12] Hal ini juga didukung oleh penelitian Rahmawati di Magelang yang menyatakan bahwa alur pelayanan yang jelas dan waktu tunggu yang singkat menjadi faktor penting dalam layanan kesehatan.[4]

Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Tonis di Riau yang menunjukkan bahwa proses pelayanan yang efisien, transparan, dan mudah dipahami akan meningkatkan keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan.[11] Selain itu, penelitian Larasati pada salah satu klinik di kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur menambahkan bahwa waktu tunggu dan kejelasan alur pelayanan merupakan indikator penting dalam persepsi kualitas layanan, sehingga memperkuat peran proses sebagai faktor signifikan.[14]

Namun, penelitian Nisa di Yogyakarta menunjukkan bahwa proses tidak selalu signifikan jika pasien lebih fokus pada hasil klinis.[22] Dalam konteks kebidanan, proses menjadi penting karena berkaitan dengan kenyamanan, kecemasan pasien, dan urgensi pelayanan. Hasil pengamatan di lapangan, Radjak *Hospital* Cengkareng memiliki sistem pelayanan yang cepat, antrean tidak panjang, dan alur jelas.

Hal ini menciptakan pengalaman positif yang mendorong pasien untuk memilih layanan tersebut.

Hubungan *Physical Evidence* (Bukti Fisik) terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan

Variabel bukti fisik memiliki hubungan signifikan (p=0,036), yang menunjukkan bahwa lingkungan fisik rumah sakit memengaruhi persepsi pasien.

Menurut Alfani, bukti fisik seperti kebersihan, fasilitas, dan kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien.[1] Hal ini diperkuat oleh penelitian Rahmawati di Magelang yang menyatakan bahwa tampilan fisik rumah sakit mencerminkan kualitas layanan.[4]

Temuan ini juga diperkuat oleh pernyataan Erickson dan Rothberg bahwa dalam layanan yang bersifat intangible seperti kesehatan, bukti fisik berfungsi sebagai representasi kualitas layanan yang dapat diamati secara langsung oleh pasien.[18] Selain itu, penelitian Park di Negara Nevada juga menyatakan bahwa lingkungan fisik yang nyaman dan modern dapat meningkatkan kepercayaan serta persepsi profesionalisme layanan kesehatan.[17]

Namun, penelitian Azizah di Semarang menunjukkan bahwa bukti fisik tidak selalu signifikan jika pasien lebih fokus pada hasil layanan.[21] Artinya, bukti fisik berfungsi sebagai faktor pendukung. Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, Radjak *Hospital* Cengkareng memiliki fasilitas yang bersih dan tertata rapi, serta penampilan tenaga medis yang profesional. Hal ini meningkatkan *perceived quality* dan memberikan rasa nyaman bagi pasien.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak seluruh elemen bauran pemasaran (7P) berpengaruh terhadap keputusan pasien dalam memilih layanan kebidanan di Radjak *Hospital* Cengkareng. Dari tujuh variabel yang dianalisis, hanya *People* (SDM) (p=0,002), *Process* (proses) (p=0,001), dan *Physical evidence* (bukti fisik) (p=0,036) yang terbukti memiliki hubungan signifikan. Ketiga variabel ini merepresentasikan pengalaman pelayanan langsung (service experience) yang dirasakan pasien, meliputi interaksi dengan tenaga kesehatan, efisiensi alur pelayanan, serta kenyamanan fasilitas.

Sebaliknya, variabel *Product* (produk), *Price* (harga), *Promotion* (promosi), dan *Place* (Lokasi) tidak menunjukkan hubungan signifikan. Hal ini dipengaruhi oleh karakteristik layanan kesehatan yang bersifat intangible dan berbasis kepercayaan (*trust-based service*), serta dominasi sistem pembiayaan JKN/BPJS yang menurunkan sensitivitas pasien terhadap harga dan lokasi. Selain itu, keputusan pasien lebih banyak dipengaruhi oleh *word-of-mouth* dan pengalaman sebelumnya dibandingkan promosi formal.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam konteks layanan kebidanan, keputusan pasien lebih ditentukan oleh kualitas pengalaman pelayanan dibandingkan atribut pemasaran konvensional. Temuan ini menegaskan bahwa pendekatan pemasaran rumah sakit perlu bergeser dari *Product-oriented* menjadi *patient experience-oriented*.

PENUTUP (JIKA ADA)

Terimakasih kepada pihak manajemen Radjak *Hospital* Cengkareng yang sudah membantu dalam pengambilan data dan sesi diskusi untuk menambah informasi pada pembahasan tulisan ini.