

**LAMPIRAN I : Cover Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARSI)**

**p-ISSN : 2685-6298**

**e-ISSN : 2685-6328**


# **JURNAL MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT INDONESIA (MARSI)**

**Volume 10 No. 1 Februari Tahun 2026**



**MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT INDONESIA  
UNIVERSITAS RESPATI INDONESIA**

# LAMPIRAN II : Daftar Isi Edisi Terbit Manuskrip Publikasi “Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak Hospital Cengkareng”



**JURNAL**  
MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT INDONESIA (MARSJI)

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Radjak Indonesia

p-ISSN: 2655-4324  
e-ISSN: 2655-4324

---

Home > Archives > Vol 10, No 2 (2026)

**Vol 10, No 2 (2026)**

Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARSJI)

DOI: <https://doi.org/10.52643/marsji.v10i2>

**Table of Contents**

**Articles**

Pengaruh Service Quality Terhadap Intentiion Dengan Perceived Value Dan Patient Satisfaction Sebagai Faktor Mediasi	856-876
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.8295	
Dinda Ngiblati, Dew Sri Suryo Mukti	
Implementasi Clinical Pathway dan Dampaknya terhadap Length of Stay Pasien di Rumah Sakit Indonesia: Tinjauan Literatur	877-901
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.7567	
Yulhaendra Permana, Edah Leksandri Marzoni, Ibrahim Kuthubama	
Pengaruh Mutu Pelayanan Kesehatan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien BPJS di Puskesmas Kota Batu Kabupaten Gode	902-921
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.7336	
Muhandaz Ibrahim Saegodjo, Ajip Feni Willyantri, Anissa Nurida	
Pengaruh Insipien Experience Terhadap Patient's Well-Being: Studi Terhadap Pasien Tuberkulosis di Rumah Sakit Umum Daerah Di Jakarta	922-936
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.7665	
Ruth Normaliani Kusnaga, Rival Antonio	
Scoping Review Indikator Kinerja Pelayanan Di Unit Gawat Darurat Rumah Sakit	937-956
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.8155	
Luh Komang Digi Lindayani, Pupur Oktavianari	
Analisis Implementasi Clinical Pathway Sectio Caesarea sebagai Kendali Mutu dan Biaya di Rumah Sakit: Scoping Review	957-981
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.8296	
Siti Roudhotul Solihah, Arik Nurwahyuni	
Analisis Faktor Kesiadapangan Pergiliran Catatan Perkembangan Pasien Terintegrasi (CPPT) Perawat pada Rawat Inap terhadap Policy Brief RSUD Balaraja Tahun 2025	982-1007
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.7549	
Siti Mulyanti Rahmah	
Peran Komitmen Manajemen Dalam Peringkatan Mutu Pelayanan Rumah Sakit	1008-1033
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.7633	
Treni Nita Sari Wigaja, Tri Anwar, Rizka Aprilah Samra, Alvinna Saegodjo Hening Bumi, Winda Adhika Mandala, Iip Paramita	
Dari Kamar Operasi Sebagai Cost Center ke Revenue Engine: Kerangka Mid-Volume-Profit Untuk Transformasi Rugin Militer 400	1034-1057
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.7874	
Slamet Riyadi, Erlang Saadiah, Irfan Anwar Wijaja	
Evaluasi Penanganan Klaim Tertunda Rawat Inap Saja Kesehatan Di RS Sentra Medika Cibinong Tahun 2025	1058-1037
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.8243	
Dian Rosini, Arik Gernita Fajriq, Laila Ulfa	
Determinan Penggunaan Media Instagram Rumah Sakit Pada Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit	1038-1056
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.8345	
Minda Putri Aprilandita, Nuli Prapsachia Sator, samirang soringan	
Pengaruh Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Yang Rimebas Oleh Perilaku Organisasi (Studi Pada Karyawan Kontrak Tenaga Kesehatan Di Rumah Sakit Pusdikkes)	1057-1082
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.8361	
Mohr Anshary Siro Mahasari, Nurulhy Anindukati, Achda Ferdians	
Pengaruh Jejaring Karier Dan Reward Terhadap Turnover Yang Di Mediasi Oleh Pencapaian Kerja (Studi Pada Karyawan Tetap Di Rumah Sakit Pusdikkes)	1083-1108
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.8254	
Syifa Murni Triani, Nurulhy Andarwati, Achda Ferdians	
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Perawat Dalam Implementasi Sasaran Keselamatan Pasien Di Rawat Darurat Antariksa Jakarta Tahun 2025	1109-1127
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.8476	
Si Sulistyawati, Ajari Sunardi, Titian Ambarini	
Analisis Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pada Pasien Instalasi Rawat Jalan Di RS Bhayangkara Mataram	1128-1133
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.8265	
Buana Maheswara Harjo Spillianta, Dedy Nugroho, Nuli Prapsachia Sator	
Analisis Hubungan Pasien Spandling (Lama Tinggal Pasien Di IGD) Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di RSUD Dr. Adibowo	1134-1144
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.8263	
Dianah Diansah, Nurwani Aningsih, Casy Penjajitan	
ANALISIS BEBAN KERJA PESAWAT PELAKSANA DI UNIT RAWAT INAP RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK RESITU BUNDA BANDAR LAMPUNG TAHUN 2024	1145-1170
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.8407	
Rajika Djenneta, Lili Indarwati, Tri Sarani	
FAKTOR BUDAYA KERJA, BEBAN KERJA, DAN MOTIVASI KERJA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN RUMAH SAKIT	1171-1187
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.8319	
Rio Saputra, Rio Saputra	
Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Minat Kunjungan Ulang Pasien Klinik Spesialis Penyakit Dalam Di RSUD Kota Tangerang	1188-1203
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.8218	
Arik Wihandadi, Nuli Prapsachia S, Titus Indraprasa	
Analisis Gaya Kepemimpinan Transformational Kepala Ruangan Dalam Meningkatkan Kinerja Perawat Dan Mutu Pelayanan Keperawatan: Literatur Review	1204-1217
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.7664	
Melinda Melinda, Dho Ajayanto, Maria Megabekno D. R, Putri Rahmah A, Sulu Aulia, Widya Nurhayanti	
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Turnover Intention Perawat Di Unit Rawat Inap RS Juanda Kerdjoneg	1218-1231
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.8330	
Dhinar Akbar Mulya, Eko Rochdo, Nuruz Jaki	
Pengaruh Efisiensi Perawat Dan Budaya Kerja Terhadap Bor Dengan Mutu Pelayanan Keperawatan Sebagai Variabel Mediasi Di Rumah Sakit Panti Widyia Surakarta	1232-1248
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.8328	
Dia Selvia, Nurulhy Andarwati, Frecky Kusnaga	
Analisis Faktor Input Throughput Dan Output Yang Mempengaruhi Emergency Department Length of stay RSUD Di Kota Luban Agung Banggarbaru	1249-1264
DOI: 10.52643/marsji.v10i2.8339	
Ibu Wuluf Pujangga	

**MODUL/TAGSIAN**

- Editorial Team
- Peer Reviewers
- Focus and Scope
- Publication Ethics
- Article Template
- Peer Review Process
- Author Guidelines
- Victor Societics

**LOG IN**

Username:

Password:


Remember me


**NOTIFICATIONS**


+ View


+ Subscribe

**ADD ON**











**LINKING KAMI**



**SECONDARY TOOLS**







Pengaruh Kepemimpinan Transformatif Kepala Unit Rawat Inap, Motivasi Kerja Dan Perilaku Caring Terhadap Loyalitas Kerja Perawat Unit Rawat Inap Di Rumah Sakit DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8256	1205 - 1277	PPJ
SN Almasidah		
Pengaruh Beban Kerja, Teknologi Informasi, Kualitas Layanan Terhadap Optimalisasi SGM dan Dampaknya Terhadap Penobatan (Studi Pada Unit Farmasi RS Pelamoran) DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8379	1278 - 1291	PPJ
Iwan Munzirji Lufri, Dicky Khatu Pangky, Sakti Broto Arsoyo		
Pengaruh Content digital marketing Melalui Media Sosial dan Iklan Berbayar Terhadap Minat Kunjungan Pasien Pada Layanan Unggulan RS Mitra Keluarga Kelapa Gading DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8408	1292 - 1309	PPJ
Deni Tandi Bangga, Tri Suranti, Nurcahyo Andarubato		
Transformasi Alur Layanan Farmasi Pasca Implementasi Isreal Perseapan Obat Kronis Program BPJS Kesehatan Di Rumah Sakit Badan Penguasaan Batam DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8342	1310 - 1323	PPJ
Muhammad Noto, Njia Akis Santosa, Nurhayati Nurhayati		
DETERMINAN YANG BERPENGARUH TERHADAP KELENGKAPAN PENDOKUMENTASIAN AGUHAN KEPERAWATAN DI RUANG RAWAT INAP RSBT PANGKALPINANG TAHUN 2025 DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8386	1324 - 1340	PPJ
Dia Nopriyana, Suryatama Suryatama, Full Prapancha Sator		
Analisis Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pada Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Karunia Indah Medika Muara Ulin Tahun 2025 DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8500	1341 - 1360	PPJ
Eri Andriyani, Ghoz Rumengas, Murniastegih Nurningsih		
Determinan Yang Berhubungan Persepsi Perawat Terhadap Kepatuhan Penyuntikan Yang Aman dan Pencegahan Pajanan Benz Tjam di Rawat Inap RSAL Dr. Mintoardjo 2024 DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8324	1361 - 1379	PPJ
Romyanti Rajagukuk, Tri Sutrisni, Sumidjatan Sumidjatan		
Analisis Hubungan Persepsi Perawat Tentang Belanja Medik Elektronik (Erm), Dukungan Manajemen Dan Dokumentasi Keperawatan Dengan Kecepatan Proses Klaim BPJS DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8413	1380 - 1397	PPJ
Kasih Wicky Naryaly Samsis, Lili Indrawati, Lella Ulfah		
Determinan Yang Berhubungan Dengan Mutu Layanan Keperawatan Rumah Sakit DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8412	1398 - 1415	PPJ
Marshall Christopher Mbowenutu, Lili Indrawati, Full Prapancha		
Pendekatan Lean Hospital untuk Mengidentifikasi Waste kritis dalam Pemasangan Keperawatan di Instalasi Rawat Jalan RSU An Nirmah DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8321	1416 - 1432	PPJ
Ruplana Arum Sari, Alifhy Putu Garuda, Samijon Samijon		
Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit (SIMRS) di RS Humana Prima Bandung DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8478	1433 - 1444	PPJ
Nuzul Ary Setiawan, Alif Gemma Kadyat, Titus Ambasari		
Evaluasi Implementasi Sistem Informasi Manajemen Gizi (Sim Gizi) Di Rumah Sakit Ratu Kasih: Tantangan Dan Strategi Optimalisasi DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8474	1445 - 1459	PPJ
Chandra Chandra, Anli Kridawati, Ghoz Rumengas		
Analisis Kelengkapan Resume Rekam Medis Dengan Hasil Klaim Pasien Rawat Inap Jaminan Kesehatan Nasional Di Rumah Sakit X Tipe B Jakarta DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8505	1460 - 1475	PPJ
Muhammad Hobya Shabirin, Riz Yohida, Abdur Trigono		
Analisis Pengaruh Beban Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Retensi Karyawan Dengan Burnout Di Rumah Sakit Adam Talib Cikurir DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8510	1476 - 1488	PPJ
Irene Burgo Heliana, Ciclio Widjastegih, Surtiyo Surtiyo		
Hubungan Kepatuhan Penggunaan Formulir Rumah Sakit Terhadap Pengetahuan Efisien Biaya Pembelian Obat Di Rumah Sakit Pusat Pertamina Jakarta DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8513	1489 - 1520	PPJ
Lintang Triana Murti, Alif Gemma Kadyat, Hany Sulistyawan		
Determinan Yang Berhubungan Dengan Etos Kerja Perawat Di RS Advert Bandar Lampung Tahun 2024 DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8521	1521 - 1538	PPJ
Nova Josephin, Tri Suranti, Ghoz Rumengas		
Peran Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Rumah Sakit : Systematic Review DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8502	1539 - 1552	PPJ
Mira Rizki Rizki Shari, Muhammad Anilhan Tabo, Juni Chudri		
Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak Hospital Cempakaneg DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8477	1553 - 1570	PPJ
Alfari Rizki Nugroho, Ignatius David Anthony Darulawanto, Raihan Raharjo, Juni Chudri		
Marketing Mix Untuk Chronic Care: Dari Episodic Service ke Relationship-based Strategy DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8475	1571 - 1582	PPJ
Amy Shintariki, Diky Yulia Hestiyani, Mubandara Rizki, Mochy Sulistad		
Analisis Keselapan Wreditasi Klinik Melalui Pengembangan Instrumen Audit Internal Berbasis Potensi Fraud: Studi Evaluatif Di Klinik Nutritionsa DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8567	1583 - 1596	PPJ
Azzah Pratiwi Nutritionsa, Harbely Mayuri Baharyah, Nurul Muhiyita, Nurridha Sorahita		
Clinical Governance Implementation Strategies In Improving Accreditation Standard Compliance at Central Surgical Installations: A Literature Review DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8490	1597 - 1613	PPJ
Putra Insanulla, Betsy Heliana Tumbelaka		
Strategi Segmentasi Pasien Berbasis Kepercayaan Terhadap Integritas Klinik Dalam Menghadapi Fenomena Defensive Medicine Di Rumah Sakit DOI : 10.52643/imsan.v1i10.8487	1614 - 1631	PPJ
Maja Promutha, walyu Nur Chalmah Setiawan, Afifa Hamidra, Mochy Sulistad		



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



100% VISIBILITY Monthly Views

## LAMPIRAN III : Editorial Team



**JURNAL**  
**MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT INDONESIA (MARSJ)**  
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Respati Indonesia

ISSN : 2087-4328  
E-ISSN : 2089-4294

HOME ABOUT LOGIN REGISTER SEARCH CURRENT ARCHIVE ANNOUNCEMENTS HOME JOURNAL LPM CONTACT

Home > About the Journal > **Editorial Team**

### Editorial Team

**Editorial-in-chief**  
Cecilia Windyaningsih, Universitas Respati Indonesia, Indonesia

**Editorial Board**  
Sri Rahayu, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Indonesia  
Weny Sulistyowati, Universitas Respati Indonesia, Indonesia  
Dicky Dewanto Tjatur Rahardjo, Universitas Respati Indonesia, Indonesia  
Rachmad Rachmad, Universitas Respati Indonesia  
Anif Haryana, Universitas Respati Indonesia

**Assistant Editor**  
Ign Erik Septa Yansuar, Universitas Respati Indonesia, Indonesia  
Srikandi Wibowosanti, Universitas Respati Indonesia, Indonesia

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

  
View My Stats

**BERTAMBAH**  
Editorial Team  
Peer Reviewers  
Focus and Scope  
Publication Ethics  
Article Template  
Peer Review Process  
Author Guidelines  
Visitor Statistics

**USER**  
Username: @jurnalhsj  
Password: \*\*\*\*\*  
 Remember me  
Login

**NOTIFICATIONS**  
View  
Subscribe

**INDEXED IN:**  
  
  
  


**HUBUNGI KAMI**  


**RECOMMENDED TOOLS:**  
  
  


## LAMPIRAN IV : Manuskrip Publikasi “Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan di Poli Kebidanan Radjak Hospital Cengkareng”

Jurnal Manajemen Dan Administrasi Rumah Sakit (MARSJ)  
Vol. 10 No 2, April 2026

E-ISSN : 2865-6583  
P-ISSN : 2868-6298

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

Alfajri Febri Nugraha<sup>1</sup>, Ignatius David Anthony Danusiswanta<sup>2</sup>, Raihan Raharjo<sup>3</sup>, dan Juni Chudri<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>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.<sup>(1-3)</sup>

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.<sup>(3,4,5)</sup> 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.<sup>(6)</sup> 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.<sup>(7)</sup>

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.<sup>(8)</sup> 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 ( $\geq 62,5\%$ ) 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	2 (5,4%)
	Angke	2 (5,4%)
Pendidikan	Rawa Buaya	4 (10,8%)
	Lainnya	1 (2,7%)
Pendidikan	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%)
	PNS/TNI/POLRI	2 (5,4%)
Pekerjaan	Pegawai swasta	16 (43,2%)
	Wiraswasta	2 (5,4%)
	Buruh/tani/nelayan	0 (0%)
	Mahasiswa/pekerja	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.<sup>(3,6,7)</sup>

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%)
<i>Promotion</i> (Promosi)	Baik	35 (94,59%)
	Kurang baik	2 (5,41%)
<i>Place</i> (Lokasi)	Baik	29 (78,38%)
	Kurang baik	8 (21,62%)
<i>People</i> (SDM)	Baik	30 (81,08%)
	Kurang baik	7 (18,92%)
<i>Process</i> (Proses)	Baik	26 (70,27%)
	Kurang baik	11 (29,73%)
<i>Physical evidence</i> (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.<sup>(1,4)</sup> 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.<sup>(2)</sup> 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.<sup>[5]</sup>

Tabel 3. Uji Bivariat Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Memilih

Variabel	Kategori	Keputusan Memilih		p-value
		Baik	Kurang baik	
Produktif (Produktif)	Baik	23	10	0,582*
	Kurang baik	2	2	
Price (Harga)	Baik	22	7	0,083*
	Kurang	3	5	

<https://ejournal.urindo.ac.id/index.php/MARS>

Variabel	Kategori	Keputusan Memilih		p-value
		Baik	Kurang baik	
Promosi (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 (Bukti Fisik)	Baik	8	0	0,036*
	Kurang	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.<sup>(5)</sup> 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.<sup>(9)</sup>

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.<sup>(10)</sup> 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.<sup>(11)</sup>

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.<sup>(12)</sup> 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.<sup>(6)</sup> Hal ini diperkuat oleh penelitian Jaya et al. di Makasar yang

menyatakan bahwa dalam sistem pembiayaan asuransi, sensitivitas terhadap harga menjadi rendah.<sup>(13)</sup> 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.<sup>(14)</sup> 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.<sup>(15)</sup> 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.<sup>(1)</sup> 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.<sup>(17)</sup> 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.<sup>(16)</sup> 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.<sup>(17)</sup> 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.<sup>(18)</sup>

Namun, hasil ini tidak sejalan dengan Ulfa yang menyatakan bahwa promosi dapat berpengaruh signifikan jika dilakukan secara edukatif dan berbasis digital.<sup>(19)</sup> 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.<sup>(13)</sup> 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.<sup>(10)</sup> 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.<sup>(11)</sup>

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.<sup>(3)</sup> 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.<sup>(3)</sup> Hal ini diperkuat oleh Purcarea yang menyatakan bahwa dalam layanan kesehatan, interaksi manusia merupakan inti dari kualitas layanan.<sup>(2)</sup> 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.<sup>(20)</sup> Selain itu, hasil penelitian Mandasari menegaskan bahwa kualitas SDM merupakan komponen paling dominan dalam bauran pemasaran jasa kesehatan karena berhubungan langsung dengan pengalaman pasien.<sup>(20)</sup>

Namun, penelitian Azizah pada salah satu RSUD di Semarang menunjukkan bahwa

SDM tidak selalu signifikan jika sistem pelayanan lebih dominan.<sup>(21)</sup> 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.<sup>(12)</sup> 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.<sup>(14)</sup>

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.<sup>(11)</sup> 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.<sup>(14)</sup>

Namun, penelitian Nisa di Yogyakarta menunjukkan bahwa proses tidak selalu signifikan jika pasien lebih fokus pada hasil klinis.<sup>(22)</sup> 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.<sup>(1)</sup> Hal ini diperkuat oleh penelitian Rahmawati di Magelang yang menyatakan bahwa tampilan fisik rumah sakit mencerminkan kualitas layanan.<sup>(4)</sup>

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.<sup>(18)</sup> Selain itu, penelitian Park di Negara Nevada juga menyatakan bahwa lingkungan fisik yang nyaman dan modern dapat meningkatkan kepercayaan serta persepsi profesionalisme layanan kesehatan.<sup>(17)</sup>

Namun, penelitian Azizah di Semarang menunjukkan bahwa bukti fisik tidak

selalu signifikan jika pasien lebih fokus pada hasil layanan.<sup>[23]</sup> 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, Purcarea 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.pdf><https://rep>

- ository.unja.ac.id/58108/8/FULL%20SK  
RIPSII.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 Hospitality: 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/>

## LAMPIRAN V : Bukti Turnitin



Page 1 of 12 - Cover Page

Submission ID trn:oid::3618:135954095

### 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



Page 1 of 12 - Cover Page

Submission ID trn:oid::3618:135954095




## 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 Nurrrachma, Zahroh Shaluhayah, 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<sup>1</sup>, Ignatius David Anthony Danusiswanta<sup>2</sup>, Raihan Raharjo<sup>3</sup>, dan Juni Chudri<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Kedokteran, Fakultas Kedokteran, Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia

<sup>4</sup>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.<sup>(1-3)</sup>

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.<sup>(4,5)</sup>

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.<sup>(6)</sup> 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.<sup>(7)</sup>

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

2

15

1

1

8

14

6

2

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.<sup>(8)</sup> 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 ( $\geq 62,5\%$ ) 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%)
Pendidikan	Kapuk	3 (8,1%)
	Kedaung Kali Angke	2 (5,4%)
	Rawa Buaya	4 (10,8%)
	Lainnya	1 (2,7%)
	Tidak sekolah	0 (0%)
Pekerjaan	SD/ sederajat	0 (0%)
	SMP/ sederajat	0 (0%)
	SMA	15 (40,5%)
	D1-D3	0 (0%)
	S1	22 (59,4%)
	S2-S3	0 (0%)
Kunjungan	PNS/TNI/POLRI	2 (5,4%)
	Pegawai swasta	16 (43,2%)
	Wiraswasta	2 (5,4%)
	Buru tani/nelayan	0 (0%)
Sumber Biaya	Mahasiswa/pelajar	1 (2,7%)
	Tidak bekerja	16 (43,2%)
Sumber Biaya	Pertama kali	29 (78,3%)
	Berulang	8 (21,6%)
	BPJS Kesehatan	27 (72,9%)
Sumber Biaya	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.<sup>(3,6,7)</sup>

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.<sup>(1,4)</sup> 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.<sup>(2)</sup> 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.<sup>(5)</sup>

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.<sup>(5)</sup> 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.<sup>(9)</sup>

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.<sup>(10)</sup> 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.<sup>(11)</sup>

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.<sup>(12)</sup> 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.<sup>(6)</sup> Hal ini diperkuat oleh penelitian Jaya et al. di Makasar yang menyatakan bahwa dalam sistem pembiayaan asuransi, sensitivitas terhadap harga menjadi rendah.<sup>(13)</sup> 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.<sup>(14)</sup> 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.<sup>(15)</sup> 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.<sup>(4)</sup> 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.<sup>(7)</sup> 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.<sup>(16)</sup> 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.<sup>(17)</sup> 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.<sup>(18)</sup>

Namun, hasil ini tidak sejalan dengan Ulfa yang menyatakan bahwa promosi dapat berpengaruh signifikan jika dilakukan secara edukatif dan berbasis digital.<sup>(19)</sup> 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.<sup>(13)</sup> 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.<sup>[10]</sup> 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.<sup>[11]</sup>

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.<sup>[3]</sup> 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.<sup>[3]</sup> Hal ini diperkuat oleh Purcarea yang menyatakan bahwa dalam layanan kesehatan, interaksi manusia merupakan inti dari kualitas layanan.<sup>[2]</sup> 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.<sup>[20]</sup> Selain itu, hasil penelitian Mandasari menegaskan bahwa kualitas SDM merupakan komponen paling dominan dalam bauran pemasaran jasa kesehatan karena berhubungan langsung dengan pengalaman pasien.<sup>[10]</sup>

Namun, penelitian Azizah pada salah satu RSUD di Semarang menunjukkan bahwa SDM tidak selalu signifikan jika sistem pelayanan lebih dominan.<sup>[21]</sup> 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.<sup>[12]</sup> 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.<sup>[4]</sup>

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.<sup>[11]</sup> 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.<sup>[14]</sup>

Namun, penelitian Nisa di Yogyakarta menunjukkan bahwa proses tidak selalu signifikan jika pasien lebih fokus pada hasil klinis.<sup>[22]</sup> 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.<sup>(1)</sup> Hal ini diperkuat oleh penelitian Rahmawati di Magelang yang menyatakan bahwa tampilan fisik rumah sakit mencerminkan kualitas layanan.<sup>(4)</sup>

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.<sup>(16)</sup> Selain itu, penelitian Park di Negara Nevada juga menyatakan bahwa lingkungan fisik yang nyaman dan modern dapat meningkatkan kepercayaan serta persepsi profesionalisme layanan kesehatan.<sup>(17)</sup>

Namun, penelitian Azizah di Semarang menunjukkan bahwa bukti fisik tidak selalu signifikan jika pasien lebih fokus pada hasil layanan.<sup>(23)</sup> 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.