

JURNAL KEDOKTERAN DAN KESEHATAN

Efikasi Varenicline, $\alpha 4\beta 2$ Reseptor Asetilkolin Nikotinic Agonis Parsial, VS Plasebo untuk Berhenti Merokok. Sebuah Desain Studi dengan Randomized Controlled Trial

Mirsyam Ratri Wiratmoko, Faisal Yunus, AgusDwi Susanto, Tribowo Tahuata Ginting, dan Aria Kekalih

Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap RS PKU Muhammadiyah Bantul

Mahendro Prasetyo Kusumo dan Susanto

Dampak Implementasi Program Jaminan Kesehatan Nasional terhadap Penurunan Angka Kematian Ibu: Studi Kasus Kabupaten Bogor

Helfi Gustia, Susilahati, dan Dwijo Susilo

Determinan Kunjungan Lansia ke Posbindu Senja Sejahtera Cinere, Depok Tahun 2015

Adik Epy Arimby dan Apriningsih

Korelasi Lama Menyusui dengan Interval Kehamilan

Nuryaningsih

Turnover Karyawan di Rumah Sakit Rawamangun

Atthariq dan Tjahjono Koentjoro

Pelaksanaan Program Terapi Rumatan Metadon di Puskesmas Kecamatan Ciputat Tahun 2014

Nurfadhilah dan Herni Hasifah

Hubungan Penerapan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) Ibu dengan Kejadian Diare Balita di Wilayah Kerja Puskesmas Kacang Pedang 2015

Carindha Azaria dan Rayhana

Gambaran Gejala Keracunan Kadar Timbal (Pb) pada Polisi Lalu Lintas di Polres Metro Jakarta Selatan Tahun 2015

Suherman dan Rizky Gunawan Arridho

Hubungan antara Pengetahuan dan Sikap Remaja Putri tentang Kesehatan Reproduksi dengan Kejadian Dismenore di SMAN 4 Depok Tahun 2014

Nindhita Ayu Andhini dan Farsida

J. Kedokteran. Kesehatan.	Vol. 12	No. 1	Hlm. 1-115	Jakarta Januari 2016
------------------------------	---------	-------	------------	-------------------------

Jurnal
**KEDOKTERAN
DAN KESEHATAN**

ISSN 0216-3942

Daftar Isi

Efikasi Varenicline, $\alpha 4\beta 2$ Reseptor Asetilkolin Nikotinic Agonis Parsial, VS Plasebo untuk Berhenti Merokok. Sebuah Desain Studi dengan Randomized Controlled Trial Mirsyam Ratri Wiratmoko, Faisal Yunus, AgusDwi Susanto, Tribowo Tahuata Ginting, dan Aria Kekalih	1-22
Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap RS PKU Muhammadiyah Bantul Mahendro Prasetyo Kusumo dan Susanto	23-31
Dampak Implementasi Program Jaminan Kesehatan Nasional terhadap Penurunan Angka Kematian Ibu: Studi Kasus Kabupaten Bogor Helfi Gustia, Susilahati, dan Dwijo Susilo	32-41
Determinan Kunjungan Lansia ke Posbindu Senja Sejahtera Cinere, Depok Tahun 2015 Adik Epy Arimby dan Apriningsih	42-54
Korelasi Lama Menyusui dengan Interval Kehamilan Nuryaningsih	55-61
Turnover Karyawan di Rumah Sakit Rawamangun Atthariq dan Tjahjono Koentjoro	62-70
Pelaksanaan Program Terapi Rumatan Metadon di Puskesmas Kecamatan Ciputat Tahun 2014 Nurfadhilah dan Herni Hasifah	71-84
Hubungan Penerapan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) Ibu dengan Kejadian Diare Balita di Wilayah Kerja Puskesmas Kacang Pedang 2015 Carindha Azaria dan Rayhana	85-97
Gambaran Gejala Keracunan Kadar Timbal (Pb) pada Polisi Lalu Lintas di Polres Metro Jakarta Selatan Tahun 2015 Suherman dan Rizky Gunawan Arridho	98-107
Hubungan antara Pengetahuan dan Sikap Remaja Putri tentang Kesehatan Reproduksi dengan Kejadian Dismenore di SMAN 4 Depok Tahun 2014 Nindhita Ayu Andhini dan Farsida	108-115

Susunan Redaksi

Penanggung Jawab

dr. Slamet Sudi Santoso, M.Pd.Ked (Dekan FKK UMJ)

Penasehat

dr. Amir Syafruddin, M.Med.Ed (Wakil Dekan I)

Pimpinan Redaksi

Tria Astika Endah Permatasari, SKM, MKM.

Redaksi Pelaksana

Asry Novianty, SST., MKM.

Anggota Redaksi

Lukman Effendi, S.Sos., M.Kes
dr. Jekti Teguh Rochani, Sp.MK, MS

Staf Pemasaran

Yuanita Sinta, SKM

Mitra Bestari pada edisi ini:

Prof. Dr. dr. Armen Muchtar, Sp.FK (FKK Universitas Muhammadiyah Jakarta)
Dr. Suherman, S.Pi, M.Sc (FKK Universitas Muhammadiyah Jakarta)
dr. Nur Asikin, MD.Ph.D (FKK Universitas Muhammadiyah Jakarta)
dr. Muhammad Fachri, Sp. P (FKK Universitas Muhammadiyah Jakarta)
dr. Anwar Wardy Warongan, Sp. S (FKK Universitas Muhammadiyah Jakarta)

Jurnal Kedokteran dan Kesehatan

Diterbitkan oleh Fakultas Kedokteran dan Kesehatan Universitas Muhammadiyah Jakarta, dengan frekuensi penerbitan setiap 6 bulan sekali, dimaksudkan sebagai wadah publikasi hasil penelitian dan tulisan ilmiah sivitas akademika Fakultas Kedokteran dan Kesehatan Universitas Muhammadiyah Jakarta (FKK-UMJ). Redaksi berhak memeriksa dan mengedit tulisan yang akan dimuat tanpa merubah maksud dan isinya. Tulisan diketik 1,5 spasi dengan minimal 8 halaman dan maksimal 15 halaman.

PEDOMAN BAGI PENULIS

1. Jurnal kedokteran dan kesehatan merupakan jurnal publikasi ilmiah yang memuat naskah di bidang ilmu kedokteran dan kesehatan.
2. Naskah yang diajukan dapat berupa artikel penelitian, artikel telaah, laporan kasus, editorial, dan surat kepada redaksi
3. Jenis Naskah:
 - a. Artikel Penelitian

Artikel penelitian asli dalam ilmu kedokteran dan kesehatan. Format artikel penelitian terdiri judul, abstrak, pendahuluan, metode, hasil, diskusi, simpulan, saran, dan daftar pustaka. Komponennya sebagai berikut:

 - Judul dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris ditulis maksimal 15 patah kata
 - Identitas penulis ditulis dibawah judul memuat nama, alamat korespondensi, nomor telepon, dan email.
 - Abstrak ditulis dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris maksimal 250 kata, dalam satu alinea mencakup masalah, tujuan, metode, hasil, disertai dengan 3-5 kata kunci.
 - Pendahuluan berisi latar belakang, tinjauan pustaka secara singkat dan relevan serta tujuan penelitian
 - Metode meliputi desain, populasi, sampel, sumber data, teknik/instrument pengumpulan data, dan prosedur analisis data.
 - Hasil adalah temuan penelitian yang disajikan tanpa pendapat.
 - Diskusi menguraikan secara tepat dan argumentatif hasil penelitian dengan teori dan temuan terdahulu yang relevan.
 - Simpulan menjawab masalah penelitian tidak melampaui kapasitas temuan.
 - Saran mengacu pada tujuan dan simpulan berbentuk narasi, logis, dan tepat guna.
 - b. Artikel Telaah

Artikel yang mengulas berbagai hal mutakhir. Format yang digunakan untuk artikel telaah terdiri atas judul, abstrak, pendahuluan, isi, dan daftar pustaka.
 - c. Laporan Kasus

Artikel mengenai kasus dalam bidang ilmu kedokteran dan kesehatan yang perlu disebarluaskan. Format laporan kasus terdiri atas judul, abstrak, pendahuluan, kasus, diskusi, dan daftar pustaka.
 - d. Editorial

Membahas berbagai masalah kedokteran dan kesehatan yang menjadi topik hangat di kalangan kedokteran dan kesehatan.
 - e. Surat kepada Redaksi

Sarana komunikasi pembaca dengan redaksi dan pembaca lain yang dapat berisi komentar, sanggahan, atau opini mengenai isi artikel Jurnal Kedokteran dan Kesehatan sebelumnya atau usulan untuk selanjutnya.
4. Halaman Judul

Halaman Judul berisi judul artikel, nama penulis dengan gelar lengkap, lembaga afiliasi penulis, nama dan alamat korespondensi, nomor telepon, nomor faksimili, serta alamat *e-mail*. Judul artikel singkat dan jelas.
5. Abstrak dan Kata Kunci

Abstrak untuk setiap artikel ditulis dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Abstrak maksimal 200 kata, dalam satu alinea mencakup masalah, tujuan, metode, hasil, dan diskusi,

disertai 3-5 kata kunci.

6. Tabel

Tabel diketik 1 spasi dan diberi nomor urut sesuai penampilan dalam teks. Jumlah maksimal 6 Tabel dengan judul singkat.

7. Gambar

Gambar yang pernah dipublikasi harus diberi acuan. Gambar harus diberi nomor urut sesuai dengan pemunculan dalam teks. Jumlah gambar maksimal 6 buah.

8. Petunjuk Umum

Naskah maksimal 20 halaman A4 spasi ganda, ditulis dengan program komputer Microsoft Word dan pdf, *softcopy* artikel dikirim via email atau dalam CD dan 1 (satu) eksemplar dokumen tertulis melalui pos disertai surat pengantar, biodata, dan surat bebas plagiat yang ditandatangani penulis bermaterai 6000 dan artikel akan dikembalikan jika ada permintaan tertulis.

9. Daftar Pustaka

Rujukan sesuai aturan Vancouver, urut sesuai dengan pemunculan dalam keseluruhan teks, dibatasi 25 rujukan dari terbitan maksimal 10 tahun terakhir dan diutamakan rujukan jurnal terkini. Rujukan diupayakan dari jurnal dan maksimal 20% dari buku ajar. Cantumkan nama belakang penulis dan inisial depan. Maksimal 6 orang, selebihnya diikuti "dkk (et al)".

Huruf pertama judul acuan ditulis dengan huruf capital, selebihnya dengan huruf kecil, kecuali nama orang, tempat, dan waktu. Judul tidak boleh digaris bawah dan ditebalkan hurufnya.

Contoh bentuk referensi:

Artikel Ilmiah Penulis Individu:

Naftassa Z. Patogenitas entamoeba pada penderita amebiasis dengan dan tanpa HIV/AIDS. *Jurnal Kedokteran dan Kesehatan*. 2012; 8 (1): 16-23

Artikel Jurnal Penulis Organisasi:

Diabetes Prevention Program Research Group. Hypertension, insulin, and proinsulin in participant with impaired glucose tolerance, Hypertension. 2002; 40 (5): 679-86.

Buku yang ditulis Individu:

Murray PR, Rosenthal KS, Kobayashi GS, Pfaller MA. *Medical microbiology*. 4th ed. St. Lois: Mosby; 2002.

Buku yang ditulis Organisasi dan Penerbit:

Royal Adelaide Hospital; University of Adelaide, Departement of Clinical Nursing. *Compendium of nursing research and practice development, 1999-2000*. Adelaide (Australia): Adelaide University; 2001.

Bab dalam Buku:

Meltzer PS, Kallioniemi A, Trent JM. Chromosome alterations in human solid tumor. In: Vogelstein B, Kinzler KW, editors. *The genetic basis of human cancer*. New York: McGraw-Hill; 2002. p.93-113.

Materi Hukum atau Peraturan:

Regulated Health Professions Act, 1991, Stat. Of Ontario, 1991 Ch.18, as amended by 1993, Ch. 37: office consolidation. Toronto: Queen's Printer for Ontario; 1994.

CD-ROM:

Anderson SC, Poulsen KB. *Anderson's electronic atlas of hematology [CD-ROM]*. Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins; 2002.

Artikel Jurnal di Internet:

Aboud S. Quality improvement initiative in nursing homes: the ANA acts in an advisory role. *Am J Nurs [serial on the Internet]*. 2002 Jun [cited 2002 Aug 12]; 102 (6); [about 3 p.]. available from: <http://www.nursingword.org/AJN/2002/june/Wawatch.htm>.

Buku di Internet:

Foley KM, Gelband H, editors. Improving palliative care for cancer [monograph on the Internet]. Washington: National Academy Press; 2001 [cited 2002 Jul 9]. Available from: <http://www.nap.edu/books/0309074029/html/>.

Ensiklopedia di Internet:

A.D.A.M. medical encyclopedia [Internet]. Atlanta; A.D.A.M., Inc.; c2005 [cited 2007 Mar 26]. Available from:

<http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/encyclopedia.html>.

Situs Internet:

Canadian Cancer Society [homepage on the Internet]. Toronto: the Society; 2006 [update 2006 May 12; cited 2006 Oct 17]. Available from: <http://www.cancer.ca/>.

Alamat Redaksi:**Unit Jurnal Kedokteran dan Kesehatan**

Fakultas Kedokteran dan Kesehatan

Universitas Muhammadiyah Jakarta

Jl. KH Ahmad Dahlan, Cirendeui, Ciputat

Tangerang Selatan, 15419

Telp: (021) 90523980, Mobile: 081291837183

e-mail: jurnal@fkkumj.ac.id atau jurnal_fkkumj@yahoo.com

Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap RS PKU Muhammadiyah Bantul

Mahendro Prasetyo Kusumo¹, Susanto²

^{1,2}Program Studi Manajemen Rumah Sakit, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Abstrak

RS PKU Muhammadiyah Bantul adalah Rumah Sakit kelas C dengan kapasitas 133 tempat tidur. *BedOccupational Rate* (BOR) selama 5 tahun terakhir berkisar 57% sampai 67%. Biaya operasional hampir seluruhnya berasal dari pemasukan pasien, sehingga kedudukan konsumen sangat vital. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor bauran pemasaran yang berpengaruh terhadap loyalitas pasien di RS tersebut. Jenis penelitian *observational and survey research* dengan pendekatan *cross sectional*. Populasi semua pasien rawat inap. Jumlah sampel 120 orang. Analisis data menggunakan regresi linier. Diperoleh hasil koefisien korelasi 0,755 hal ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran (X) berpengaruh kuat terhadap loyalitas pasien (Y). Persamaan regresi yang didapat $Y = -0,020X_1 + 0,017X_2 + 0,024X_3 + 0,100X_4 + 0,065X_5 + 0,096X_6 + 0,315X_7$. Nilai koefisien determinasi (R^2) 0,542, nilai F hitung 21,157, signifikansi (p) 0,000 dengan tingkat kepercayaan 95%. Faktor Bauran Pemasaran yang berpengaruh terhadap loyalitas pasien rawat inap di RS PKU Muhammadiyah Bantul adalah bangunan fisik (4,347, p=0,000) dan proses (2,320, p=0,022). Sedangkan variabel lain tidak berpengaruh terhadap loyalitas pasien rawat inap di RS PKU Muhammadiyah Bantul, yaitu *product* (0,354, p=0,724), *price* (0,287, p=0,775), *place* (0,47, p=0,639), *promotion* (1,633, p=0,105), *people* (1,133, p=0,260). Faktor bauran pemasaran yang berpengaruh terhadap loyalitas pasien rawat inap di RS PKU Muhammadiyah Bantul adalah bangunan fisik dan proses.

Kata Kunci: bauran pemasaran, loyalitas pasien

The Influence of Marketing Mix Factors on Loyalty of Inpatient of Bantul PKU Muhammadiyah Hospital

Abstract

Bantul PKU Muhammadiyah is a type C hospital with 133 bed capacities. Bed Occupation Rate during the last 5 years is about 57% - 67%. It is a private hospital with operational cost supported entirely from revenue obtained from patients. The aim of this study was to know the factors of marketing mix that influence patient loyalty in this hospital. The study used observational and survey method with cross sectional approach. Population consisted of all inpatients (120 respondents). Data analyze use linier regression. The result of study showed correlation coefficient as much as 0,755. This means that marketing mix (X) had very significant relationship with patient loyalty (Y). Regression equivalent showed $Y = -0,285 - 0,020X_1 + 0,017X_2 + 0,024X_3 + 0,100X_4 + 0,065X_5 + 0,096X_6 + 0,315X_7$, whereas determinant coefficient (R^2) 0,542, value of F calculation was 21,157, F significant was 0,000, reliability 95%. Marketing Mix factors that influence patient's decision to reuse inpatient service in Bantul PKU Muhammadiyah Hospital are building condition (4,347, p=0,000) and process (2,320, p=0,022). The other factors were not influence patient loyalty at inpatient service in Bantul PKU Muhammadiyah Hospital: *product* (0,354, p=0,724); *price* (0,287, p=0,775); *place* (0,470, p=0,639); *promotion* (1,633, p=0,105); and *people* (1,133, p=0,260). Marketing mix factors that influence patient's decision to reused inpatient service in Bantul PKU Muhammadiyah Hospital are the building condition and service process that has been given.

Keywords: marketing mix, patient loyalty

Korespondensi: Mahendro Prasetyo Kusumo, Program Studi Manajemen Rumah Sakit, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, *mobile:* 085727351630, *email:* mahendra_orthopedi@rocketmail.com

Pendahuluan

Perkembangan rumah sakit di dunia saat ini berjalan dengan pesat, sehingga menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat. Hal ini menuntut suatu rumah sakit untuk lebih peka, kritis, dan reaktif terhadap perubahan yang ada, baik politik, sosial budaya, maupun ekonomi. Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasarnya. Sehingga produk, harga, distribusi promosi, tempat, SDM, proses pelayanan dan bangunan fisik saling berhubungan dimana masing-masing elemen di dalamnya saling mempengaruhi.¹

Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan oleh pelanggan. Alat-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan merancang program taktis jangka pendek. Konsep bauran pemasaran dipopulerkan pertama kali beberapa dekade yang lalu oleh Jerome Mc. Carthy yang merumuskannya menjadi 4P, (*product, price, promotion, and place*). Bila ditinjau dari sudut pandang pelanggan, 4P bisa dirumuskan menjadi *Customer's needs and wants, cost, communication, convenience*. Dalam perkembangannya, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penerapan 4P terlampau terbatas/ sempit untuk bisnis jasa, sehingga banyak pakar pemasaran mendefinisikan ulang bauran pemasaran sedemikian rupa sehingga lebih aplikatif untuk sector jasa. Hasil 4 P tradisional diperluas dan ditambahkan dengan unsur P lainnya yaitu *people, proses dan physical evidence*. Keputusan mengenai setiap

unsur bauran pemasaran ini saling berkaitan satu sama lain.²

Perilaku sikap konsumen untuk membeli ulang atau memakai jasa dari pemberi jasa yang sama sangat dipengaruhi oleh pengalaman kepuasannya terhadap pelayanan yang diberikan sebelumnya. Titik awal untuk memahami pembeli adalah model respon rangsangan. Rangsangan pemasaran dan rangsangan lingkungan memasuki kesadaran pembeli. Karakteristik dan proses pengambilan keputusan mengarah pada keputusan pembelian. Tugas pemasar adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran pembeli antara rangsangan luar dan keputusan pembelian.³

Sehingga pada akhirnya, konsumen akan melihat bauran pemasaran sebagai daya tarik terhadap suatu produk. Setiap kali akan melakukan keputusan pembelian, konsumen melakukan evaluasi mengenai sikapnya. Kepercayaan digunakan konsumen untuk mengevaluasi sebuah layanan, kemudian pasien akan dapat mengambil keputusan membeli atau tidak, untuk seterusnya konsumen akan menjadi loyal terhadap layanan tersebut atau tidak. Loyalitas yang meningkat dapat menghemat biaya perusahaan antara lain: biaya pemasaran menjadi berkurang, biaya transaksi menjadi berkurang, biaya perputaran pelanggan menjadi berkurang, keberhasilan *cross-selling* menjadi meningkat, pemberitahuan dari mulut ke mulut menjadi lebih positif dengan asumsi para pelanggan yang loyal juga merasa puas dan biaya kegagalan menjadi menurun. Loyalitas merupakan komitmen dasar yang merupakan perilaku pembelian ulang suatu produk, bukan hanya perilakunya tetapi juga sikap terhadap produk tersebut.⁴

Loyalitas ada berbagai jenis, yaitu *hard*

core loyals yaitu konsumen yang hanya menggunakan atau membeli hanya satu jenis di setiap waktu, *split loyals* yaitu konsumen yang loyal terhadap dua atau lebih, *shifting loyals* yaitu konsumen yang loyal dari satu jenis ke jenis yang lain, dan *switchers* yaitu konsumen yang tidak loyal terhadap berbagai jenis produk.⁵

Organisasi dengan manajemen yang baik akan menjadikan kepuasan bagi karyawan yang membuat produktivitas karyawan tersebut meningkat. Loyalitas karyawan yang tinggi kemudian membuat penampilan jasa untuk konsumen meningkat. Hal ini akan membuat kepuasan bagi konsumen yang nantinya membuat loyalitas konsumen terhadap produk jasa tersebut meningkat, yang akhirnya akan meningkatkan pendapatan bagi organisasi tersebut.⁴

Kekuatan yang dikerahkan oleh orang lain terhadap perilaku pembelian disebut faktor sosial. Faktor sosial mencakup pengaruh peran dari keluarga, kelompok referensi, kelas sosial, serta budaya dan sub-budaya. Sebuah kelompok menjadi kelompok referensi ketika seorang individu mengidentifikasi dirinya dengan kelompok tersebut sedemikian rupa sehingga banyak nilai, sikap atau perilaku pada anggota kelompok.⁶

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman pembelian mereka sebelumnya, nasehat teman atau kolega, serta janji dan informasi dari pemasar dan para pesaingnya. Jika para pemasar meningkatkan harapan terlalu tinggi, para pembeli kemungkinan besar akan kecewa, namun jika perusahaan menetapkan harapan terlalu rendah maka pembeli tidak akan tertarik walaupun mereka yang benar-benar membeli atau terpuaskan.⁵ Loyalitas

merupakan situasi ideal yang paling diharapkan para pemasar. Konsumen bersikap positif terhadap jasa atau penyedia jasa bersangkutan dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten, dengan demikian pendapatan akan naik.⁷

Sumber informasi utama *customer* akan kembali dan mempunyai pengaruh dalam keputusan penggunaan ulang antara lain: (1) Personal yaitu melalui keluarga, teman, lingkungan, dan kenalan, (2) Komersil yaitu iklan, web sites, sales, pengemasan, pengantaran, (3) Publisitas yaitu masa media, (4) Pengalaman yaitu menggunakan produk tersebut. Pemasar membutuhkan informasi dari konsumen yaitu informasi tentang kualitas strategi pemasaran dan keberhasilan segmentasi pasar yang dilakukan. Nama pembeli potensial dan pemasar menginginkan agar konsumen menceritakan pada teman dan orang lain tentang produk yang mereka beli.^{5,8}

Berdasarkan survey di poli rumah sakit swasta, motivasi pasien untuk datang ke rumah sakit antara lain: 30% pernah menjenguk (mengantar), 26% rekomendasi keluarga, 15% rekomendasi teman, 18% coba-coba dan 11% lain-lain. Faktor yang dapat menjadi sumber ketergantungan pasien terhadap rumah sakit antara lain kepuasan yang tinggi, ikatan sosial pasien, pemberi jasa, data asuransi kesehatan, tarif/ biaya, frekuensi interaksi, kekompleksan jasa dan cepatnya perubahan. Ini merupakan serangkaian variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan dipakai oleh pelaksana rumah sakit untuk memasarkan produk jasa kesehatan yang dihasilkan.^{9,10}

Di RS PKU Muhammadiyah Bantul, belum pernah dilakukan penelitian tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas

pasien rawat inap. Faktor bauran ini cukup penting dalam menentukan kebijakan strategi RS PKU Muhammadiyah Bantul sehingga perlu dilakukan penelitian. Pemasaran di RS PKU Muhammadiyah Bantul saat ini belum dikelola secara terarah, khususnya yang terkait dengan aspek-aspek 7P. Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan/rumah sakit untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasarannya.¹

Berdasarkan masukan serta kritik dan saran pada tahun 2009, terdapat beberapa masalah yang dikeluhkan oleh pasien yang berhubungan dengan bauran pemasaran (7P) yaitu, jenis perawatan dan pengobatan yang disediakan oleh RS PKU Bantul, termasuk peralatan dan bahan yang digunakan langsung dalam tindakan perawatan yang dirasa belum maksimal, *image* harga yang relatif mahal bila dibandingkan dengan rumah sakit lain, lokasi yang meliputi akses fisik yang kurang strategis, promosi yang dilakukan di masyarakat kurang maksimal, jadwal kunjungan dokter (*visite*) yang belum terjadwal, perawat yang kurang cepat dalam melayani pasien, proses pelayanan di RS PKU Muhammadiyah Bantul belum sesuai dengan harapan pasien, terutama bagi pasien rawat inap yang masuk melalui UGD, alur yang dijalani pasien untuk mendapatkan pelayanan rawat inap dirasa belum cukup mudah dan cepat serta bangunan fisik yang menunjukkan ciri-ciri RS PKU Muhammadiyah Bantul dirasa belum membuat pengguna jasa merasa nyaman dan aman saat menerima pelayanan.

Tingkat hunian Tempat tidur/BOR (Bed Occupancy Rate) di PKU Muhammadiyah Bantul dalam 5 tahun terakhir masih belum stabil. Karena kedudukan pelanggan atau

konsumen adalah vital dan merupakan sumber pendapatan rumah sakit, maka hal ini merupakan faktor yang sangat penting yang harus dilakukan oleh manajemen rumah sakit. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Felitiana menyebutkan bahwa loyalitas pasien rawat inap sangat dipengaruhi oleh kualitas jasa. Sehingga penting bagi rumah sakit untuk mengetahui perilaku konsumen dalam pemilihan jasa rumah sakit ini.^{11,12}

Menurut Sciffman & Kanuk perilaku konsumen adalah suatu perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam usaha pencarian, pembelian, penggunaan, evaluasi, dan penentuan produk dan jasa yang diharapkan akan memuaskan konsumen tersebut.¹³ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pasien dan faktor bauran yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pasien rawat inap di RS PKU Muhammadiyah Bantul.

Metode

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian survey dan menggunakan rancangan *Cross-sectional*. Subyek penelitian adalah pasien rawat inap VIP, kelas I, kelas II dan kelas III RS PKU Muhammadiyah Bantul. Jumlah sampel yang bisa mewakili (*representative*) adalah 120 responden, dengan tingkat kesalahan yang dikehendaki 5%. Metode pengambilan sampel yang digunakan dengan teknik *proportional cluster random sampling*. Jenis analisis adalah deskriptif dan analisis regresi linier.

Hasil

Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul adalah sebuah rumah sakit swasta yang sedang berkembang. Rumah Sakit PKU

Muhammadiyah Bantul pada awalnya adalah sebuah Balai Pengobatan dan Rumah Bersalin (BP/RB) yang didirikan pada tahun 1966. Dalam perkembangan selanjutnya berubah menjadi Rumah Sakit Ibu dan Anak. Pada tahun 2001 Rumah Sakit ini resmi menjadi Rumah Sakit Umum Tipe C. Sampai sekarang Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Bantul telah menjadi salah satu pusat pelayanan kesehatan bagi masyarakat Bantul.¹²

Keberhasilan manajemen Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul sangat tergantung kepada bagaimana organisasi itu merancang sesuatu yang akan ditawarkannya (yaitu pelayanan) berdasarkan atas kebutuhan dan harapan pasar sasaran, ketepatan dalam memberikan pelayanan dan penetapan tarif/harga, komunikasi dalam menginformasikan dan memotivasi, penyediaan tempat untuk penyelenggaraan pelayanan kesehatan kepada pasar sasaran, SDM yang professional, proses pelayanan yang cepat dan bangunan Rumah Sakit yang nyaman. Manajemen Pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, perencanaan, perencanaan dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud mencapai tujuan organisasi.¹⁴

a. Persamaan Regresi

Dari hasil perhitungan SPSS maka diperoleh

persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,020X_1 + 0,017X_2 + 0,024X_3 + 0,100X_4 + 0,065X_5 + 0,096X_6 + 0,315X_7$$

Keterangan

Y = Variabel terikat (Loyalitas pasien rawat inap)

X1 = Variabel bebas 1 (product)

X2 = Variabel bebas 2 (price)

X3 = Variabel bebas 3 (place)

X4 = Variabel bebas 4 (promotion)

X5 = Variabel bebas 5 (people)

X6 = Variabel bebas 6 (process)

X7 = Variabel bebas 7 (physic)

Dari persamaan tersebut, koefisien regresi linier dari enam variabel di atas bertanda positif (+) yaitu, *price (X2)*, *place (X3)*, *promotion (X4)*, *people (X5)*, *proses (X6)*, *physic (X7)*. Sedangkan satu variabel *product (X1)* bertanda negatif (-).

Keenam variabel bertanda positif di atas mempunyai hubungan searah dengan variabel terikat. Pengertiannya adalah jika variabel *price (X2)*, *place (X3)*, *promotion (X4)*, *people (X5)*, *process (X6)*, *physic (X7)* dinaikkan, akan mengakibatkan meningkatnya loyalitas pasien rawat inap di RS PKU Muhammadiyah Bantul (Y). Sehingga hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa bauran pemasaran rumah sakit menimbulkan loyalitas, teruji kebenarannya.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 1 Uji Analisis Coeffisiens

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
Constan	-.285	.852		-.334	.739
Product	-.020	.056	-.034	-.354	.724
Price	.017	.059	.020	.387	.775
Plece	.024	.05	.043	.471	.639
Promotion	.100	.061	.117	1.633	.105
People	.065	.058	.119	1.133	.260
Proses	.096	.041	.267	2.320	.022
Physic	.315	.072	.383	4.347	.000

Dependent Variable: Loyalitas Pasien

b. Uji t/ Uji Pengaruh Individual

Berdasarkan Tabel 1 maka diperoleh analisis sebagai berikut :

1. Dari hasil penghitungan menggunakan SPSS diperoleh Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari alfa ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara individual variabel *process* (X6), *physic* (X7) dapat disimpulkan bahwa secara individual variabel *proses* dan *physic* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pasien rawat inap di RS PKU Muhammadiyah Bantul

2. Dari hasil penghitungan menggunakan SPSS diperoleh Nilai probabilitas tersebut lebih besar dari alfa ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara individual variabel *product* (X1), *price* (X2), *place* (X3), *promotion* (X4), *people* (X5) dapat disimpulkan bahwa secara individual variabel *product*, *price*, *place*, *promotion* dan *people* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pasien rawat inap di RS PKU Muhammadiyah Bantul.

c. Uji F/ Uji Pengaruh Serentak

Tabel 2 Uji Analisis Anova

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	182.871	7	26.124	21.157	.000 ^a
Residual	138.295	112	1.235		
Total	321.167	119			

- a. Predictors: (Constant) Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physic
- b. Dependent Variable: Loyalitas Pasien

Dari Tabel 2 diperoleh F hitung sebesar 21,157 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian karena probabilitas (0,000) lebih kecil dibanding taraf signifikansi 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa variabel *product* (X1), *price* (X2), *place* (X3), *promotion* (X4),

people (X5), *proses* (X6), *physic* (X7) secara serempak, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas pasien rawat inap di RS PKU Muhammadiyah Bantul (Y).

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3 Hasil Analisis Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 ^a	.569	.542	1.11121

a. Predictors: (Constant) Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physic

b. Dependent Variable: Loyalitas Pasien

Berdasarkan Tabel 3 di atas diperoleh nilai R square (R^2) yang menunjukkan angka 0,542. Hal tersebut dapat diartikan bahwa 54,2% loyalitas pasien rawat inap di RS PKU Muhammadiyah Bantul, dipengaruhi oleh variabel *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, *physic*. Sedangkan sisanya sebesar 45,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Diskusi

Dari semua jenis perawatan dan pengobatan yang disediakan RS PKU Muhammadiyah Bantul, termasuk peralatan dan bahan yang digunakan langsung dalam tindakan perawatan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien rawat inap di RS PKU Muhammadiyah Bantul.

Dari semua jenis besarnya biaya yang dibayarkan oleh pasien sesuai dengan daftar tarif jasa yang telah dibuat oleh RS PKU Muhammadiyah Bantul tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien rawat inap di RS PKU Muhammadiyah Bantul.

Dari semua jenis lokasi RS PKU Muhammadiyah Bantul dimana pelayanan diberikan kepada pasien tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien rawat inap di RS PKU Muhammadiyah Bantul.

Dari semua jenis kegiatan yang dilakukan untuk menginformasikan keberadaan RS PKU Muhammadiyah Bantul, pelayanan yang

diberikan, serta manfaat yang ditawarkan melalui media seperti leaflet, seminar atau kegiatan yang lain tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien rawat inap di RS PKU Muhammadiyah Bantul.

Dari semua jenis karakteristik orang-orang yang berhubungan langsung dengan pasien, yaitu dokter, perawat, petugas pendaftaran dan kasir serta petugas laboratorium atau radiologi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien rawat inap di RS PKU Muhammadiyah Bantul.

Dari semua jenis alur yang dijalani pasien untuk mendapatkan pelayanan rawat inap berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien untuk menggunakan jasa rawat inap di RS PKU Muhammadiyah Bantul.

Dari semua ciri-ciri RS PKU Muhammadiyah Bantul yang membuat pasien nyaman dan aman saat menerima pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien rawat inap di RS PKU Muhammadiyah Bantul.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) yang berpengaruh terhadap loyalitas pasien rawat inap di RS PKU Muhammadiyah Bantul adalah bangunan fisik dan proses pelayanan. Sedangkan untuk jenis pelayanan, harga, tempat, promosi, dan Sumber Daya Manusia-nya belum berpengaruh terhadap loyalitas pasien, untuk itu disampaikan

saran sebagai berikut:

1. RS PKU Muhammadiyah perlu bekerja keras meningkatkan jenis pelayanan yang berkualitas dengan menerapkan tiga pengertian dasar rumah sakit. Sehingga dengan meningkatnya kualitas pelayanan maka diharapkan akan meningkat pula jumlah kunjungan pasien rawat inap.
2. *Price* berkaitan dengan kesesuaian harga pelayanan dengan manfaat yang didapat. Rumah sakit perlu menyadari bahwa yang disebut “harga” bagi konsumen bukan hanya uang, tetapi juga tenaga untuk datang, waktu yang terpakai, dan hal-hal lain yang bersifat psikologis. Sehingga sangat diperlukan bagi RS PKU Muhammadiyah Bantul untuk mempertimbangkan berbagai jenis tarif yang dikeluarkan pasien.
3. *Place* dari RS PKU Muhammadiyah Bantul sebenarnya memang kurang strategis, karena walaupun terletak di tepi jalan namun tidak dilalui oleh kendaraan umum, sehingga pasien yang tidak memiliki kendaraan pribadi membutuhkan waktu yang cukup lama untuk dapat menjangkau rumah sakit. RS PKU Muhammadiyah Bantul perlu bekerja keras untuk mengatasi masalah tersebut, misalnya dengan melakukan relokasi di tempat yang lebih strategis.
4. *Promotion* yang berkaitan dengan komunikasi massal (non-personal) yang diselenggarakan melalui media komersial oleh Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Bantul sudah dilakukan dengan baik, namun agar lebih tepat sasaran, agaknya perlu sekali memfokuskan promosi pada masyarakat Bantul.
5. *People* merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran, sehingga perlu menambah dan mengadakan pelatihan untuk para tenaga medis.
6. *Process* produksi atau operasi di RS PKU Muhammadiyah Bantul sudah baik sehingga perlu dipertahankan dan lebih baik lagi bila dapat ditingkatkan demi meningkatkan loyalitas pasien.
7. Salah satu unsur penting dalam bauran pemasaran adalah upaya menawarkan bukti fisik dari karakteristik jasa. *Physic* RS PKU Muhammadiyah Bantul sudah baik sehingga untuk kedepannya diperlukan perbaikan dan perawatan bangunan fisik secara berkala atau lebih jauh lagi yaitu dengan penambahan luas atau pembangunan unit-unit baru di RS PKU Muhammadiyah Bantul. Dengan bangunan fisik yang lebih baik, tentu saja loyalitas pasien akan semakin meningkat.

Daftar Pustaka

1. Freddy, R. Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus *integrated marketing communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2009.
2. Tjiptono F. Pemasaran jasa, Malang: Bayu Media Publishing. 2007. hal 30-32
3. Kotler, P. Menejemen pemasaran, analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian I (6), Jakarta: Erlangga, 1994 hal 144
4. Griffin, J. Costomer loyalty, Jossey Bass, Inc., a Jhon Wiley & Sons, Inc. Compani. 2007.
5. Kotler, P. & Keller, K.L. Marketing Menejemen, Twelfth Edition, Person 1,

- International Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey. 2006. 174.
6. Pride, W., Farrel, OC. Pemasaran: Teori dan praktek sehari-hari, Jilid I, Binarupa Aksara, Jakarta. 1995
 7. Tjiptono, F. Prinsip-prinsip total quality service, Yogyakarta: Andi Offset. 2005.
 8. Setiadji, N.J., Prilaku konsumen konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran, Prenada Media, Indonesia. 2003.
 9. Sulistiowati. Relationship marketing di Rumah Sakit, Makalah Seminar, Pusat Manajemen Pelayanan Kesehatan Fakultas Kedokteran Universitas Gajah Mada. 1999.
 10. Hartono, B. Menejemen pemasaran untuk rumah sakit, Cetakan Pertama. Jakarta: PT.Rineka Cipta. 2010.
 11. Kunthy, FMH. Analisis loyalitas pasien rawat inap di rumah sakit Restu Ibu Balikpapan. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada. Tesis. 2006.
 12. Profil RS PKU Muhammadiyah Bantul tahun 2009
 13. Sciffman dan Kanuk. Prilaku Konsumen, Edisi ke Tujuh. Anggota IKAPI. Alih Bahasa Drs. Zoelkifli Kasip. 2008.
 14. Basu, S., Irawan, 2008. Manajemenpemasaran modern. Yogyakarta: Liberty.