

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN
PASIEN RAWAT INAP DI RUMAH SAKIT EFARINA ETAHAM
PANGKALAN KERINCI KAB. PELALAWAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Bidang Ilmu Sosial Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau

YONA KRISTIANI BR.M

NPM : 177210907

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
PEKANBARU**

2021

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

Nama : Yona Kristiani br.m
NPM : 177210907
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Judul Skripsi : “Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan”.

Format sistematika dan pembahasan masing-masing materi bab dan sub-bab dalam skripsi ini, telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metodel penelitian ilmiah, oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk diuji dalam sidang ujian konferehensif.

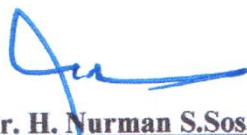
Pekanbaru, 02 Juni 2021

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

Pembimbing



Arief Rifat, S.Sos., M.Si.


Dr. H. Nurman S.Sos., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Nama : Yona Kristiani br.m
NPM : 177210907
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Judul Skripsi : “Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan”.

Naskah Skripsi ini secara keseluruhan dinilai, relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu Tim Penguji Ujian Konferehensif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana.

Pekanbaru, 02 Juni 2021

Ketua


Dr. H. Nurman S.Sos., M.Si

An. Tim Penguji
Sekretaris


Eko Handrian S.Sos., M.Si

Anggota


Eka Komalasari S.Sos., M.Si

Mengetahui,

Wakil Dekan I

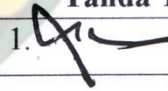
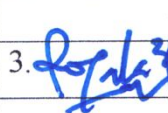
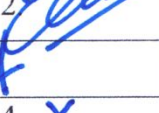

Indra Safri, S.Sos., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

BERITA ACARA UJIAN KONPREHENSIF SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Nomor: 625/UIR-Fs/Kpts/2020 tanggal 19 April 2021 maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini, Kamis tanggal, 22 April 2021 jam 08.00 – 09.00 Wib, bertempat di ruang sidang Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan ujian konprehensif skripsi atas mahasiswa:

Nama : Yona Kristiani Br. M
 NPM : 177210907
 Program Studi : Administrasi Bisnis
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
 Judul Skripsi : **“Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Efarina Etaham Di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan.”**
 Nilai Ujian : Angka : ” **77** ” ; Huruf : ” **B+** ”
 Keputusan Hasil Ujian : Lulus / ~~Tidak Lulus~~ / ~~Ditunda~~
 Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. H. Nurman, S.Sos., M.Si.	Ketua	1. 
2.	Eko Handrian, S.Sos., M.Si	Sekretaris	2. 
3.	Eka Komalasari, S.Sos., M.Si.	Anggota	3. 
4.	Afrizal, SE., M.Si.	Notulen	4. 

Pekanbaru, 22 April 2021

An. Dekan,


Indra Safri, S.Sos., M.Si.
 Wakil Dekan I Bid. Akademik

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU
NOMOR : 625/UIR-FS/KPTS/2021
TENTANG TIM PENGUJI UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI MAHASISWA**

DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Menimbang : 1. Bahwa untuk mengevaluasi tingkat kebenaran penerapan kaidah dan metode penelitian ilmiah dalam naskah Skripsi Mahasiswa maka dipandang perlu untuk diuji dalam forum ujian komprehensif.
2. Bahwa Tim Penguji dimaksud perlu ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan.

Mengingat : 1. UU Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Pendidikan Nasional
2. PP Nomor: 60 Tahun 1999 Tentang Sistem Pendidikan Tinggi
3. SK. Mendiknas RI Nomor 045/U/2002 tentang Kurikulum Inti Pendidikan Tinggi.
4. SK Rektor UIR Nomor: 344/UIR/KPTS/2015 tentang Kurikulum Baru Fisipol UIR
5. SK Rektor UIR Nomor: 258/UIR/KPTS/2020, tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Dekan Fakultas dan Direktur Pascasarjana UIR masa bakti 2020-2024.

Memperhatikan : Rekomendasi Ka Prodi dan Wakil Dekan I Bidang Akademik (WD.I) tentang Usulan Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : 1. Dosen Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa atas nama yang tersebut dibawah ini :

Nama : Yona Kristiani Br. M
N P M : 177210907
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : **"Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Efarina Etaham Di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan."**

1. Dr. H. Nurman, S.Sos., M.Si. Sebagai Ketua merangkap Penguji
2. Eko Handrian, S.Sos., M.Si Sebagai Sekretaris merangkap Penguji
3. Eka Komalasari, S.Sos., M.Si. Sebagai Anggota merangkap Penguji
2. Tim Penguji melaksanakan tugas dan mengisi serta menandatangani berkas ujian sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Fakultas.
3. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila terdapat kekeliruan segera ditinjau kembali.

Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 19 April 2021
Dekan

Dr. Syahrul Akmal Latif.,M.Si
NPK. 080102337

Tembusan Disampaikan Kepada :

1. Yth. Bapak Rektor UIR
2. Yth. Sdr. Ka. Biro Keuangan UIR
3. Yth. Ketua Jurusan ADM Bisnis.....
4. A r s i p -----sk.penguji

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yona Kristiani br.m
NPM : 177210907
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Judul Skripsi : "Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan".

Naskah skripsi ini benar telah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan oleh Mahasiswa bersangkutan sesuai dengan koreksi dan masukan Tim Penguji dan dinilai telah memenuhi persyaratan administratif dan akademis, oleh karena itu dapat disahkan sebagai sebuah Karya Ilmiah.

Pekanbaru, 02 Juni 2021

An. Tim Penguji

Sekretaris

Ketua

Dr. H. Nurman S.Sos., M.Si

Eko Handrian S.Sos., M.Si

Turut Menyetujui,

Wakil Dekan I

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Ketua

Indra Safri, S.Sos., M.Si

Arief Rifa'i Harahap. S.Sos., M.Si

PERSEMBAHAN

Untuk yang pertama kali Ku persembahkan Skripsi ini kepada Orangtua ku yaitu Mama tercinta. Sosok yang pertama dari tujuan hidupku yang selalu membangkitkan dalam setiap keagalanku. Mama yang selalu mengertiku disaat aku tidak sanggup lagi menyelesaikan problem ku, Mama yang sampai detik ini berjuang untukku agar aku semangat sampai saat ini. Terimakasih ya Tuhan yang memberikan malaikat-Mu kepada Ku. Terimakasih Tuhan aku telah dilahirkan dari rahim-Nya. Sungguh-sungguh terima kasih sujud atas semua yang telah diberikan. Hari takkan indah tanpa mentari dan rembulan, begitu juga hidup takkan indah tanpa tujuan, harapan serta tantangan. Meski terasa berat yang kulalui, namun manisnya hidup justru akan terasa, apabila semuanya terlalui dengan baik, meski harus memerlukan pengorbanan.

Dan untuk Papa yang terkesan cuek tetapi aku yakin disetiap doanya selalu ada namaku, terimakasih sudah turut serta membantuku dalam segala hal keuangan selama awal kuliah sampai detik ini, terimakasih sudah mengajarku untuk mengatur keuangan di perantauan.

Untuk Risky Fadillah temanku bercerita temanku yang menamaniku selama pembuatan proposal sampai skripsi ini, temanku yang selalu memotivasiku ketika aku malas mengerjakan skripsi ini, temanku yang selalu ada ketika aku gagal dalam segala upaya yang kuusahakan dan kerjakan, Terimakasih banyak sudah selalu ada untukku dan sudah siap membantuku dikala aku kesusahan dalam mengerjakan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, nikmat dan karunia-Nya dan dengan segala keterbatasan akhirnya karya ilmiah yang ditulis dalam bentuk proposal ini dapat penulis selesaikan. Proposal yang berjudul “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Pangkalan Kerinci Kab. Pelalawan” ini penulis tulis dan diajukan ke fakultas dalam rangka memenuhi salah satu syarat menamatkan studi dan sekaligus memperoleh gelar sarjana starta satu.

Penulis dengan segala keterbatasan ilmu dan pengalaman sudah berupaya semaksimal mungkin untuk menyusun setiap lembar bab-perbab proposal ini sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah dan ketentuan yang ditetapkan oleh fakultas. Walaupun demikian penulis menyadari bahwa pada lembar tertentu dari naskah proposal ini mungkin ditemukan berbagai kesalahan dan kekurangan. Untuk membenahi hal itu penulis berharap kemakluman serta masukan dari para pembaca.

Penulis menyadari bahwa dalam proses studi maupun dalam proses penulisan dan penyelesaian proposal ini banyak pihak turut membantu. Sehubungan dengan itu secara khusus pada lembaran ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi., SH. MCL. Selaku Rektor Universitas Islam Riau yang menyediakan fasilitas dan memberikan kesempatan kepada penulis dalam menimba ilmu pada lembaga pendidikan yang Bapak Pimpin.
2. Bapak Dr. Syahrul Akmal Latif, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

3. Bapak Arief Rifa'I S.Sos., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.
4. Bapak Dr. H. Nurman S.Sos., M.Si Selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dari awal hingga akhir skripsi ini serta memberikan petunjuk, saran yang bermanfaat dan menularkan pengetahuan kepada penulis terutama selama proses bimbingan berlangsung.
5. Dosen-dosen dan Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.
6. Kepada Pimpinan beserta karyawan Rumah Sakit Efarina Pangkalan Kerinci Kab. Pelalawan. yang telah bersedia memberikan kemudahan dalam melakukan penelitian dan pengambilan data yang dibutuhkan dalam skripsi ini.
7. Kepada Kakak kandung Ades Susi Susanti br Marpaung. Amd.Keb selaku karyawan bagian Piutang yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Teman yang sudah membantu peneliti dan memotivasi agar semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

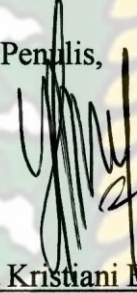
Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan Rahmatnya kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun proposal ini. Naskah proposal ini penulis sadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat positif diharapkan dari semua pihak yang telah membaca proposal ini untuk kesempurnaan penulis.

Akhir kata penulis berharap semoga proposal ini akan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan semoga ilmu yang penulis peroleh ini dapat berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan serta bagi Nusa dan Bangsa Amin.

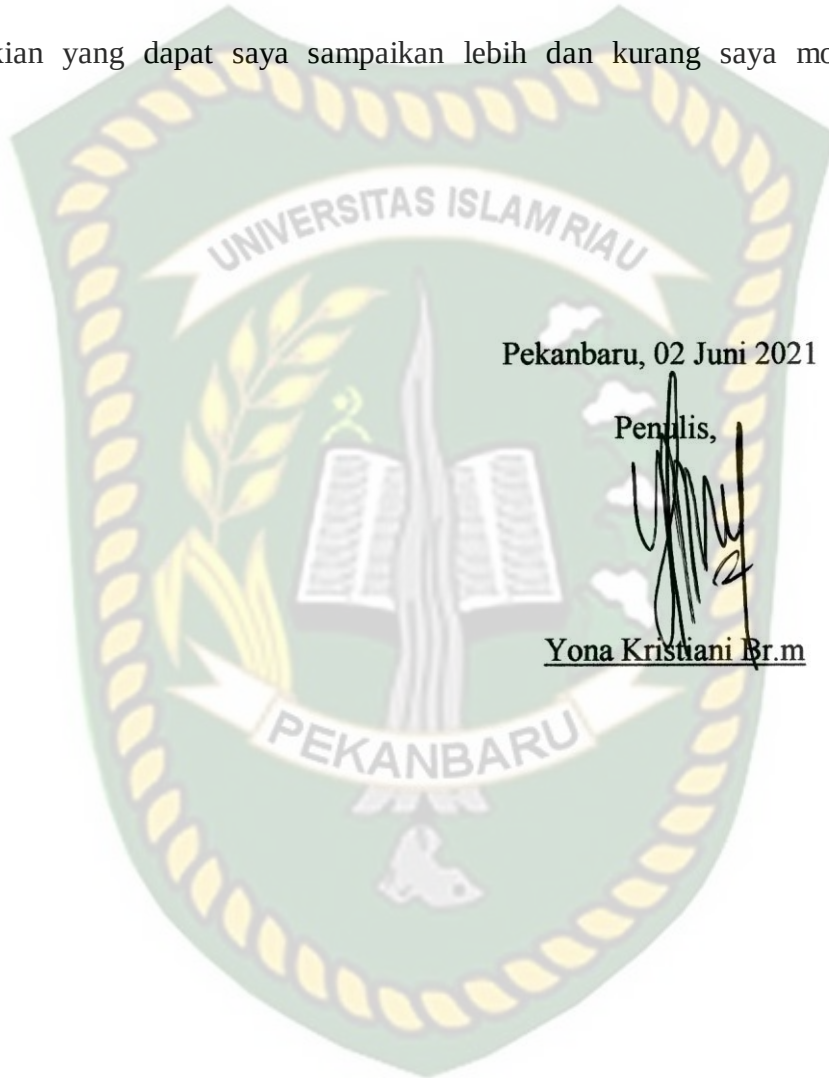
Demikian yang dapat saya sampaikan lebih dan kurang saya mohon maaf dan terimakasih.

Pekanbaru, 02 Juni 2021

Penulis,



Yona Kristiani Br.m



DAFTAR ISI

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING.....	i
PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	ii
BERITA ACARA UJIAN KONFEREHENSIF SKRIPSI.....	iii
SURAT KEPUTUSAN DEKAN FISIPOL.....	iv
PENGESAHAN.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAT TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH.....	xix
ABSTRAK.....	xx
ABSTRACT.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian.....	7
2. Kegunaan Penelitian.....	8

BAB II STUDI KEPUSTAKAAN.....	9
A. Studi Kepustakaan.....	9
1. Konsep Administrasi.....	9
2. Konsep Organisasi.....	10
3. Konsep Manajemen.....	11
4. Konsep MSDM.....	13
5. Konsep Pemasaran.....	14
6. Konsep Manajemen Pemasaran.....	15
7. Konsep Strategi Pemasaran.....	16
8. Konsep Bauran Pemasaran Jasa.....	17
9. Jasa.....	20
10. Kepuasan Terhadap Pasien.....	26
A. Penelitian Terdahulu.....	31
B. Kerangka Pikir.....	33
C. Hipotesis.....	34
D. Konsep Operasional.....	34
E. Operasional Variabel.....	37
F. Teknik Pengukuran.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Tipe Penelitian.....	41
B. Lokasi Penelitian.....	41
C. Populasi Dan Sampel.....	42
D. Teknik Penarikan Sampel.....	44

E. Jenis Dan Sumber Data.....	45
F. Teknik Pengumpulan Data.....	46
G. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	48
H. Jadwal Kegiatan Penelitian.....	56
BAB IV DISKRIPSI LOKASI PENELITIAN.....	57
A. Sejarah Rumah Sakit.....	57
B. Visi dan Misi Rumah Sakit.....	59
C. Struktur Organisasi.....	60
D. Fungsi dan Tugas Organisasi.....	61
E. Sumber Daya Organisasi.....	73
F. Pelayanan Rumah Sakit.....	74
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	76
A. Identitas Responden.....	76
1. Identitas responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
2. Identitas responden berdasarkan Usia.....	77
3. Identitas responden berdasarkan Pendidikan.....	78
4. Identitas responden berdasarkan Pekerjaan.....	79
5. Identitas responden berdasarkan Status.....	80
B. Hasil dan Pembahasan data indikator variabel X.....	81
1. Produk.....	82
2. Harga.....	84
3. Tempat.....	85
4. Promosi.....	87

5. Orang.....	89
6. Proses.....	90
7. Bukti Fisik.....	92
C. Hasil dan Pembahasan data indikator variabel Y.....	93
1. Kinerja.....	94
2. Harapan.....	95
D. Hasil dan Pembahasan Uji Hipotesis.....	98
1. Uji kualitas data.....	98
a. Uji validitas data.....	98
b. Uji Reabilitas.....	101
2. Uji Statistik Deskriptif.....	102
3. Uji Asumsi Klasik.....	103
a. Uji Normalitas.....	103
b. Uji Multikolineritas.....	104
c. Uji Heterokedastisitas.....	105
d. Uji Autokorelasi.....	106
4. Pengujian Hipotesis.....	108
a. Analisis linear berganda.....	108
b. Uji F (Simultan).....	110
c. Uji signifikan (T).....	111
d. Uji Determinasi (R square).....	113
5. Pembahasan Hasil Penelitian.....	114

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	117
A. Kesimpulan.....	117
B. Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA.....	120



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Jumlah Kunjungan Tahun 2017-2019.....	2
2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
2.2 Operasional Variabel	36
2.3 Pengukuran Skala Likert.....	38
3.1 Jumlah Populasi dan Sampel Pasien Rawat Inap.....	42
3.2 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	56
4.2 Sumber Daya Organisasi.....	73
5.1 Jenis Kelamin Responden.....	76
5.2 Kelompok Usia Responden.....	77
5.3 Tingkat Pendidikan Responden.....	78
5.4 Pekerjaan Responden.....	79
5.5 Status Responden.....	80
5.6 Tanggapan Responden Tentang Produk.....	82
5.7 Tanggapan Responden Tentang Harga.....	84
5.8 Tanggapan Responden Tentang Tempat.....	86
5.9 Tanggapan Responden Tentang Promosi.....	88
5.10 Tanggapan Responden Tentang Orang.....	89
5.11 Tanggapan Responden Tentang Proses.....	91
5.12 Tanggapan Responden Tentang Bukti Fisik.....	92
5.13 Tnaggapan Responden Tentang Kinerja.....	94

5.14 Tanggapan Responden Tentang Harapan.....	95
5.15 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Variabel X.....	96
5.16 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Variabel Y.....	97
5.17 Hasil Uji Validitas Tentang Variabel X.....	99
5.18 Hasil Uji Validitas Tentang Variabel Y.....	100
5.19 Hasil Uji Reabilitas.....	101
5.20 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	102
5.21 Hasil Uji Normalitas.....	104
5.22 Hasil Uji Multikolineritas.....	105
5.23 Hasil Uji Autokorelasi.....	107
5.25 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	108
5.26 Hasil Uji F (Simultan).....	110
5.27 Hasil Uji Signifikan (t).....	111
5.28 Hasil Uji Determinasi (R square).....	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.2 Kerangka Pikir.....	32
4.1 Sruktur Organisasi.....	59
5.23 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	106



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Daftar Wawancara Untuk Karyawan Bagian Marketing Pemasaran Di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci.....	123
2. Daftar Kuesioner Untuk Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci.....	126
3. Tabulasi Data Penelitian.....	132
4. Data Olahan SPSS.....	137
5. Dokumentasi Foto Penelitian.....	146

SURAT PERNYATAAN

Saya Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Peserta Ujian Usulan Penelitian Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini :

Nama : Yona Kristiani Br.m

NPM : 177210907

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)

Judul Skripsi : “Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan”

Atas naskah yang didaftarkan pada Ujian Usulan Penelitian ini beserta seluruh Dokumen Persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya mengatakan:

1. Bahwa naskah usulan penelitian adalah benar hasil karya sendiri (tidak karya plagiat) yang saya tulis sesuai dengan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah.
2. Bahwa keseluruhan persyaratan administrasi, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Fakultas Dan Universitas.
3. Bahwa apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti secara sah saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan diatas pernyataan butir 1 dan butir 2 diatas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian komprehensif yang telah saya ikuti serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Fakultas Dan Universitas serta Hukum Negara RI.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan pihak manapun juga.

Pekanbaru, 02 Juni 2021
Pelaku Pernyataan,



Yona Kristiani Br.m

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN PASIEN
RAWAT INAP DI RUMAH SAKIT EFARINA ETAHAM DI PANGKALAN KERINCI
KABUPATEN PELALAWAN.**

ABSTRAK

Oleh :

Yona Krsitiani br.m

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan strategi pemasaran jasa terhadap kepuasan pasien rawat inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan. Indikator strategi pemasaran jasa meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang (dokter, dan perawat), proses, dan bukti fisik. Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang digunakan untuk mengetahui nilai variabel, baik dalam satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membandingkan atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Populasi dalam penelitian ini dari tahun 2019 sejumlah 14.546 orang pasien dan karyawan marketing yang tidak untuk dijadikan sampel, sedangkan sampelnya terdiri dari 45 orang pasien. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probality sampling* dengan *teknik simple random sampling*. Jenis dan teknik pengumpulan data yang digunakan terdiri dari data premier, yang diperoleh langsung dari responden dengan menggunakan teknik daftar kuesioner dan wawancara serta data sekunder yang disimpulkan menggunakan teknik observasi. Sementara teknik analisi data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode deskriptif. Kesimpulan dan rekomendasi penelitian strategi pemasaran jasa terhadap kepuasan pasien rawat inap di rumah sakit efarina etaham di pangkalan kerinci kabupaten pelalawan berada pada kategori baik pada presentase 79,0% sedangkan sisanya 21% yang disebabkan oleh variabel lain yang tidak dimasukan dalam penelitian ini. Dengan saran lebih lanjut agar rumah sakit efarina etaham untuk dapat memperhatikan lagi produk pelayanan yang disediakan rumah sakit agar dokter lebih disiplin lagi saat berkunjung ke ruanagan pasien.

Kata kunci: Strategi, Pemasaran, Jasa, dan Kepuasan Pasien

**THE EFFECT OF SERVICE MARKETING STRATEGY ON INpatient SATISFACTION
IN EFARINA ETAHAM HOSPITAL IN PANGKALAN KERINCI, PELALAWAN
DISTRICT.**

ABSTRACT

BY :

Yona Kristiani br.m

This study aims to identify and explain service marketing strategies for inpatient satisfaction at Efarina Etaham Hospital in Pangkalan Kerinci, Pelalawan Regency. Service marketing strategy indicators include product, price, place, promotion, people (doctors and nurses), processes, and physical evidence. The type of research used is descriptive research, which is research that is used to determine the value of a variable, either in one or more variables (independent) without comparing or connecting one variable to another. The population in this study from 2019 was 14,546 patients and marketing employees who were not used as samples, while the sample consisted of 45 patients. The sampling technique used in this study was probability sampling with simple random sampling technique. Types and data collection techniques used consisted of premier data, which was obtained directly from respondents using a questionnaire and interview list technique and secondary data that was concluded using observation techniques. Meanwhile, the data analysis technique used is descriptive method. The conclusions and recommendations of the research on service marketing strategies on inpatient satisfaction at the Efarina Etaham Hospital in Pangkalan Kerinci Pelalawan District are in the good category at a percentage of 79.0% while the remaining 21% is caused by other variables not included in this study. With further suggestions for the Efarina etaham hospital to be able to pay more attention to the service products provided by the hospital so that doctors can be more disciplined when visiting the patient's room.

Keywords: Strategy, Marketing, Services, and Patient Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2009 tentang rumah sakit, rumah sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat .

Sedikit Banyaknya Rumah Sakit di Kabupaten Pelalawan menjadikan masyarakat Kabupaten Pelalawan bingung dalam memilih rumah sakit yang akan mereka kunjungi. Masyarakat dengan berbagai karakteristik sangat selektif dalam memilih jasa layanan kesehatan rumah sakit. Masyarakat akan memilih rumah sakit yang mereka anggap akan memberikan kepuasan bagi mereka. Hal ini didukung dengan teknologi yang dimiliki oleh setiap rumah sakit dalam memberikan harapan kesembuhan terhadap pasiennya. Setiap rumah sakit berusaha menawarkan keunggulannya, agar masyarakat tertarik untuk menggunakan jasanya. Kondisi ini mengharuskan manajer rumah sakit untuk mengubah cara pandangnya, yaitu rumah sakit berkembang menjadi industri jasa, yang tidak bisa meninggalkan aspek komersial disamping peran sosialnya .

Rumah Sakit sebagai instuisi jasa yang besar, dan dituntut untuk mampu memenuhi pelayanan kesehatan masyarakat dengan baik, hal ini dikarenakan banyak persaingan dan jika tidak memperhatikan tuntutan tersebut maka akan sulit mempertahankan kelangsungan hidupnya. Tuntutan ini tidak hanya berlaku bagi

rumah sakit swasta dengan modal yang sangat besar. Paradigma rumah sakit saat ini harus dirubah dari hanya melayani orang sakit menjadi melayani konsumen agar merasa puas. Dengan kata lain rumah sakit harus mampu menyusun strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk meningkatkan kualitas dari pelayanan rumah sakit itu sendiri.

Rumah sakit Efarina Etaham merupakan Salah satu rumah sakit swasta yang memberikan pelayanan jasa dengan fasilitas yang lengkap terhadap masyarakat di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, dan juga merupakan salah satu rumah sakit rujukan di setiap puskesmas yang berada di lingkungan sekitarnya. Rumah sakit efarina tentunya melakukan strategi pemasaran jasa untuk memberikan kepuasan kepada pasien yang telah berkunjung di rumah sakit tersebut, namun apakah pasien tersebut merasa puas dengan pelayanan jasa yang mereka berikan .

Di dalam penelitian ini, Rumah Sakit Efarina Etaham dipilih sebagai objek penelitian, karena berada pada lokasi yang strategis, dekat dengan fasilitas yang lengkap dan pelayanan jasa yang mereka lakukan dengan baik. Atas dasar kondisi lingkungan, manajemen Rumah Sakit Efarina Etaham tentunya berharap bisa memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan baik.

Rumah Sakit Efarina Etaham melayani pasien yang akan berobat hampir tiap tahunnya. Dimana jumlah pasien dari tahun 2017-2019 yang berasal dari Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel I.1

Jumlah Kunjungan Pasien Rawat Inap Tahun 2017-2019

No.	Tahun	Jumlah Kunjungan Pasien	Persentase (%)
1.	2017	13.808	32,6%
2.	2018	13.895	32,8%
3.	2019	14.546	34,3%
Jumlah		42.294	100%

Sumber Data : Data Olahan Pasien Rawat Inap 2017-2019

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan pasien rawat inap di Rumah Sakit Efarina Etaham mengalami kenaikan tiap tahunnya. Pada 2017 sebanyak 13.808 orang dengan persentase 32,6%, tahun 2018 sebanyak 13.895 orang dengan persentase 32,8%, tahun 2019 sebanyak 14.546 orang dengan persentase 34,3%.

Dari kesimpulan tabel diatas bahwa minat kunjungan pasien Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan tiap tahunnya terus bertambah, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa pasien yang menggunakan jasa di rumah sakit efarina tersebut mengalami kepuasan, dan hal tersebut akan berdampak baik bagi perusahaan, ditandai bertambahnya pelanggan setia. Ketika pasien merasa puas maka pasien akan tetap memilih tempat yang bikin dia merasa nyaman dan puas.

Terkait dengan strategi pemasaran jasa yaitu 7P (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) yang diterapkan pada Rumah sakit Efarina Etaham saat ini akan dipaparkan dibawah ini :

Produk yang ditawarkan kepada pasien adalah dokter spesialis yang lengkap, dan memiliki tipe kamar seperti (Presiden Suit seharga Rp 1.200.000/harinya , VIP seharga Rp 660.000/harinya, Kelas I seharga Rp 360.000/harinya, Kelas II seharga Rp 300.000/harinya, Kelas III seharga Rp 180.000/harinya, ICU seharga Rpm 1.080.00/harinya, NICU/PICU seharga Rp 900.000/harinya, kelas isolasi seharga 300.000/harinya, dan perinatologi Rp 300.000/harinya .

Harga yang ditawarkan kepada pasien seperti mengadakan paket harga seperti (paket bersalin) mulai dari harga Rp 6.500.000 s/d Rp 2.600.000, dan mengadakan harga medical check up mulai dari harga Rp 950.000 s//d 350.000 .

Untuk tempat rumah sakit ini berada di Jalan Lintas Timur dan di tengah penduduk sehingga pasien dapat mudah berkunjung kerumah sakit efarina tersebut, rumah sakit efarina bisa megantar/menjemput pasien rujukan , rumah sakit tersebut selalu menjaga kebersihan dan keindahan di setiap ruangan karna kenyamanan pasien kunci utama bagi rumah sakit.

Adapun promosi yang dilakukan rumah sakit efarina etaham adalah mengadakan penyuluhan kesehatan kepada penduduk sekitar, memasang iklan di media cetak seperti brosur, koran, spanduk, kemudian melalui media online yaitu situs websitenya sendiri (efarina.co.id).

Manajemen sumber daya manusia di rumah sakit efarina dikelola oleh dokter dan perawat untuk membuat pasien merasa puas dengan pelayanan yang mereka diberikan, seperti penjelasan dokter, serta pertolongan dan sikap perawat . Yang membuat pasien rawat inap tidak merasa puas dalam pelayanan rumah sakit efarina etaham adalah dokter yang lama visit ke ruangan inap pasien .

Proses yang dilakukan rumah sakit efarina etaham yaitu administrasi yang cepat pada saat pasien dirawat inap dan pulang, persediaan obat yang telah ditentukan dokter.

Dan yang terakhir adapun bukti fisik dari rumah sakit efarina etaham seperti fasilitas umum yang mereka berikan contohnya (atm, mushola, parkir, kantin, dan lift), dan temperatur suhu ruangan rawat inap yang membuat pasien merasa nyaman dan puas akan fasilitas yang rumah sakit terapkan.

Kepuasan pasien adalah salah kunci utama bagi rumah sakit efarina etaham, karena dengan membuat pasien merasa puas akan pelayanan yang mereka berikan pastinya pasien akan menjadi pelanggan yang setia. Dari hasil survey langsung ke pasien rawat inap, yang menjadi ketidakpuasan pasien terhadap pelayanan rumah sakit efarina etaham adalah keterlambatan dokter datang keruangan pasien. Dan salah satu indikator kepuasan yang dirasakan pasien rawat inap dalam bentuk kinerja yaitu pelayanan administrasi dari masuk rawat inap sampai pulang rawat inap, pelayanan dokter dan perawat tepat waktu, pemberian obat sesuai anjuran dokter. Dalam bentuk harapan yang pasien rasakan yaitu fasilitas rumah sakit yang lengkap, dokter spesialis lengkap, makanan yang sehat dan tepat waktu.

Berdasarkan uraian latar belakang dan hasil dari observasi serta wawancara yang dilakukan oleh peneliti maka di temukanlah beberapa fenomena yaitu sebagai berikut :

1. Dari hasil observasi peneliti, tentang indikator produk bahwa beberapa pasien rawat inap menyatakan adanya keterlambatan pada dokter saat visit ke ruangan untuk memeriksa kondisi yang dialami pasien rawat inap .

2. Dari hasil observasi peneliti, yang peneliti dapati ketika keluarga pasien rawat inap berkunjung saat sedang mencari kamar pasien, karyawan Rumah Sakit Efarina Etaham tersebut kurang peduli untuk menanyakan apa yang sedang dibutuhkan oleh keluarga pasien tersebut.
3. Dari hasil observasi peneliti, Rumah Sakit Efarina Etaham tersebut adalah rumah sakit yang ramai diminati pengunjungnya setiap tahunnya untuk berobat, dikarenakan Rumah Sakit Efarina Etaham adalah rumah sakit swasta yang terbaik di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan.
4. Dari hasil observasi peneliti, bahwasanya Rumah Sakit Efarina Etaham menawarkan harga paket melalui brosur untuk mempromosikan tarif yang telah disediakan (paket bersalin) mulai dari harga Rp 6.500.000 s/d Rp 2.600.000, dan mengadakan harga medical check up mulai dari harga Rp 950.000 s/d Rp 350.000 .
5. Dari hasil observasi peneliti, Rumah Sakit Efarina Etaham telah menyediakan fasilitas yang lengkap pada masing masing ruangan inap pasien seperti (tempat tidur, televisi, tempat duduk, meja, kamar mandi, ac, dan tombol alat untuk memanggil perawat ketika butuh)

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti

“Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka dalam penelitian ini dirumuskan permasalahan yaitu :

1. Bagaimana Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan.
2. Bagaimana Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan.
3. Bagaimana Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dari uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang dan permasalahan tersebut di atas, yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

- 1) Untuk Mengetahui dan Menjelaskan Strategi Pemasaran Jasa di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan .
- 2) Untuk Mengetahui dan Menjelaskan Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan .
- 3) Untuk Mengetahui dan Menjelaskan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan .

2. Kegunaan Penelitian

Sejalan dengan masalah dan kegunaan penelitian yang telah penulis uraikan sebelumnya maka kegunaan penelitian ini adalah :

- a. Guna Teoritis, yakni penelitian diharapkan dapat memacu perkembangan ilmu pengetahuan, dan dapat memperkaya investaris hasil-hasil penelitian dibidang administrasi, khususnya dibidang ilmu asministrasi bisnis.
- b. Guna akademis, yakni penelitian ini diharapkan sebagai bahan informasi dan data sekunder bagi kalangan akademis lainnya yang akan melaksanakan penelitian bidang yang sama dengan penelitian ini.
- c. Guna praktis, yakni penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai bahan informasi ataupun sebagai bahan masukan kepada pihak Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan.

BAB 2

STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

A. Studi Kepustakaan

Suatu kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari suatu penelitian. Teori-teori yang mendasari masalah dan bidang yang akan diteliti dapat ditemukan dengan melakukan studi kepustakaan. Selain itu seorang dapat memperoleh informasi tentang penelitian-penelitian sejenis atau yang ada kaitannya dengan penelitiannya. Dan penelitian-penelitian sejenis atau yang ada kaitannya dengan penelitiannya. Dengan melakukan studi kepustakaan peneliti dapat memanfaatkan semua informasi dan pemikiran-pemikiran yang relevan dengan penelitiannya .

1. Konsep Administrasi

Administrasi secara umum dapat diartikan sebagai suatu proses yang dilakukan secara kerjasama untuk mencapai tujuan bersama yang telah ditentukan sebelumnya. Apabila secara formal dalam organisasi maka proses kerjasama tersebut adalah dalam upaya mewujudkan tujuan organisasi.

Beberapa pendapat para ahli tentang pengertian administrasi, menurut Robbins dalam Silalahi (1989:9), bahwa “Administrasi adalah keseluruhan proses aktivitas-aktivitas pencapaian tujuan secara efisien dengan dan melalui orang lain.

Pendapat Siagian dalam Silalahi (1989:9) bahwa “Administrasi adalah keseluruhan proses pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih

yang terlibat dalam suatu bentuk usaha kerjasama demi tercapainya tujuan yang ditentukan sebelumnya”.

Pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa administrasi merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan secara berkelompok dengan menjunjung kerjasama yang tinggi untuk dapat menyelesaikan suatu pekerjaan yang telah ditentukan sebelumnya berupa tujuan dari suatu organisasi.

2. Konsep Organisasi

Seperti kita ketahui bahwa manusia dalam memenuhi kebutuhannya tidak bisa berdiri sendiri. Agar kebutuhan itu dapat terpenuhi, manusia harus berorganisasi dalam hal ini merupakan suatu alat organisasi yang diperlukan dalam masyarakat, karena tujuan tertentu dapat dicapai lewat tindakan yang harus dilakukan dengan kerja sama.

Ada beberapa pengertian dari beberapa para ahli mengenai organisasi. Menurut Mc.Farland (dalam Soewarno Handyaningrat 1981:42) menyatakan definisi organisasi adalah sebagai berikut : “Organisasi adalah suatu kelompok manusia yang dapat dikenal yang menyambungkan usahanya terhadap tercapainya suatu tujuan”.

Sedangkan Menurut Dimock (dalam Soewarno Handyaningrat 1981:42) menyatakan definisi organisasi sebagai berikut : “ Organisasi adalah perpaduan secara sistematis daripada bagian-bagian yang saling ketergantungan atau berkaitan untuk membentuk suatu kesatuan yang bulat melalui kewenangan, koordinasi dan pengawasan dalam usaha mencapai tujuan yang telah ditentukan”.

Dari penjelasan diatas maka organisasi merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan secara berkelompok dengan menjunjung kerjasama yang tinggi untuk dapat

menyelesaikan suatu pekerjaan yang telah ditentukan sebelumnya berupa tujuan dari suatu organisasi.

3. Konsep Manajemen

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Adapun unsur-unsur manajemen yang terdiri dari 6M yaitu *man, money, methode, machines, materials, dan market*. Manajemen adalah suatu cara/seni mengelola sesuatu untuk dikerjakan orang lain. Untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif dan efisien yang bersifat masif, kompleks dan bernilai tinggi tentulah sangat dibutuhkan manajemen.

Adapun definisi manajemen yang dikutip oleh Malayu S.P. Hasibuan (2012;1) menyatakan “manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu”.

Sedangkan Menurut G.R. Terry (2010;16) menjelaskan bahwa “Manajemen merupakan suatu proses khas yang terdiri atas tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian untuk menentukan serta mencapai tujuan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya”.

Berdasarkan definisi-definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan ilmu, seni dan proses kegiatan yang dilakukan dalam upaya mencapai tujuan bersama dengan mengelola sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara optimal melalui kerjasama antar anggota organisasi.

Adapun fungsi-fungsi manajemen sebagai berikut :

a) Perencanaan (*Planning*)

Planning adalah menetapkan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh kelompok untuk mencapai tujuan yang digariskan. Planning mencakup kegiatan pengambilan keputusan, karena termasuk pemilihan alternatif-alternatif keputusan. Diperlukan kemampuan untuk mengadakan visualisasi dan melihat ke depan guna merumuskan suatu pola dari himpunan tindakan untuk mendatang.

b) Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian berhubungan erat dengan manusia, sehingga pencaharian dan penguasannya ke dalam unit-unit organisasi dimasukkan sebagai bagian dari unsur organizing. Ada yang tidak berpendapat demikian, dan lebih condong memasukkan staffing sebagai fungsi utama. Di dalam setiap kejadian, pengorganisasian melahirkan peranan kerja dalam struktur formal dan dirancang untuk memungkinkan manusia bekerja sama secara efektif guna mencapai tujuan bersama.

c) Memberi Dorongan (*Actuating*)

Actuating atau disebut juga “gerakan aksi” mencakup kegiatan yang dilakukan seorang manager untuk mengawali dan melanjutkan kegiatan yang diterapkan oleh unsur perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan dapat tercapai.

Actuating mencakup penetapan dan pemuasan kebutuhan manusiawi dari pegawai-pegawainya, memberi penghargaan, memimpin, mengembangkan dan memberi komponsasi kepada mereka.

d) Pengarahan (*Directing*)

Directing merupakan pengarahan yang diberikan kepada bawahan sehingga mereka menjadi pegawai yang berpengetahuan dan akan bekerja efektif menuju sasaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan . *Directing* juga mencakup kegiatan yang dirancang untuk memberi orientasi kepada pegawai, seperti misalnya menyediakan informasi tentang hubungan antar bagian, antar pribadi dan tentang sejarah, kebijaksanaan dan tujuan dari perusahaan.

e) Pengawasan (*Controlling*)

Controlling mencakup kelanjutan tugas untuk melihat apakah kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan sesuai rencana. Pelaksanaan kegiatan dievaluasi dan penyimpangan-penyimpangan yang tidak diinginkan diperbaiki supaya tujuan-tujuan dapat tercapai dengan baik. Ada berbagai cara untuk mengadakan perbaikan, termasuk merubah rencana dan bahkan tujuannya, mengatur kembali tugas-tugas atau merubah wewenang, tetapi perubahan tersebut dilakukan melalui manusiannya.

4. Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia

Manusia merupakan faktor strategis dalam semua kegiatan instansi/organisasi. Selanjutnya, MSDM berarti mengatur, mengurus SDM berdasarkan visi perusahaan agar tujuan organisasi dapat dicapai secara optimum. Karenanya, MSDM juga menjadi bagian dari Ilmu Manajemen (*Management Science*) yang mengacu kepada fungsi manajemen dalam pelaksanaan, pengorganisasian, *staffing*, memimpin dan mengendalikan.

Definisi Manajemen Sumber Daya Manusia Menurut Malayu S.P. Hasibuan (2010;10) merupakan “MSDM adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat”.

Sedangkan definisi Manajemen Sumber Daya Manusia Menurut A. A. Anwar Prabu Mangkunegara (2001;2) yaitu “Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemisahan tenaga kerja dalam rangka mencapai tujuan organisasi”.

Dari beberapa definisi Manajemen sumber daya manusia yang diungkapkan diatas dapat dilihat bahwa manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni yang mengatur pengelolaan unsur manusia dalam suatu organisasi guna mencapai tujuan bersama.

5. Pemasaran

Pemasaran berkenan dengan mengenali dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (bisnis), keinginan rakyat pembayar pajak (pemerintah). Definisi pemasaran terpendek memenuhi kebutuhan secara mendatangkan laba.

Menurut AMA (dalam buku Nandan,Togi; 2019: 4) : *“Marketing is an organizational function and a set of process for creating, communating, and delivering value to customers and for managing customer relationship in ways that benefit the organization and its stake holders”*.

Definisi yang paling sesuai dengan tujuan tersebut adalah :

Pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain (Kotler & Keller, 2009).

Definisi ini bersandar pada konsep inti yang meliputi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*). Manusia harus menemukan kebutuhannya terlebih dahulu, sebelum ia memenuhinya. Usaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut dapat dilakukan dengan cara mengadakan suatu hubungan. Dengan demikian pemasaran bisa juga diartikan suatu usaha untuk memuaskan kebutuhan pembeli dan penjual.

6. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Menurut Kotler dan Keller pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertahankan produk yang bernilai kepada pihak lain. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan (*planning*) pengorganisasian (*organizing*) pergerakan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*).

Penanganan proses pertukaran memerlukan waktu dan keahlian yang banyak. Manajemen pemasaran akan terjadi apabila sekurang-kurangnya satu pihak dari pertukaran potensial memikirkan cara untuk mendapatkan tanggapan dari pihak lain

sesuai dengan yang diinginkannya. Dengan demikian, manajemen pemasaran dapat diartikan :

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi (Kotler & Keller, 2009).

Dapat disimpulkan dari definisi yang diatas bahwa manajemen pemasaran adalah proses yang melibatkan analisa, perencanaan, dan pengendalian yang mencakup barang, jasa dan gagasan yang tergantung pada pertukaran dengan tujuan menghasilkan kepuasan bagi pihak pihak yang terkait.

7. Konsep Strategi Pemasaran

Setiap fungsi manajemen memberikan kontribusi tertentu pada saat penyusunan strategi pada level yang berbeda. Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi.

Strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun plisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya (Bennett, 1988). Sementara itu, Tull dan Kahle (1990) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan

melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.

Dapat disimpulkan dari definisi diatas adalah strategi pemasaran adalah alat dasar direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan cara mengembangkan produk yang kita miliki.

8. Konsep Bauran Pemasaran Jasa

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan tergantung dari susunan strategi pemasaran yang ada di perusahaan untuk bersaing secara keseluruhan, perusahaan menggunakan sejumlah alat untuk mendapatkan respon dari konsumen terhadap kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Salah satu cara yang digunakan perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran adalah dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Berikut ini definisi menurut para ahli : Menurut Tjiptono (2014:41) “Bauran pemasaran jasa merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan”.

Dari definisi diatas bahwa bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan serangkaian alat pemasaran yang saling terkait, terorganisir dengan tepat yang dikuasai dan digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran pada pasar sasaran sekaligus memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga dapat mencapai kepuasan konsumen.

Bauran pemasaran adalah variabel-variabel yang dapat diatur sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan, (Fandy Tjiptono, 2014;47-48) yaitu 7P (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence*).

1. *Product* (produk)

Produk merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk mencapai suatu organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam konteks ini, produk bisa berupa apa saja (baik yang berwujud fisik maupun yang tidak) yang dapat ditawarkan kepada pelanggan potensial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu. Keputusan bauran produk yang dihadapi pemasar jasa bisa sangat berbeda dengan yang dihadapi pemasar barang.

2. *Price* (harga)

Keputusan bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategik dan taktial, seperti tingkat harga struktur diskon, syarat pembayaran, tingkat diskriminasi harga di antara berbagai kelompok pelanggan. Pada umumnya aspek-aspek ini mirip dengan yang biasa dijumpai pemasar barang. Akan tetapi, ada pula perbedaannya, yaitu bahwa karakteristik *intangibile* jasa menyebabkan harga menjadi indikator signifikan atas kualitas. Karakteristik personal dan *non-transferable* pada beberapa tipe jasa memungkinkan diskriminasi harga dalam pasar tersebut, Sementara banyak pula jasa yang dipasarkan oleh sektor publik dengan harga yang disubsidi atau bahkan gratis.

3. *Promotion* (promosi)

Bauran promosi tradisional meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan potensial dan aktual .

Metode-metode tersebut terdiri atas periklanan, promosi penjualan, *direct marketing*, *personel selling*, dan *public relations*. Meskipun secara garis besar bauran promosi untuk barang sama dengan jasa, promosi jasa seringkali membutuhkan penekanan tertentu pada upaya meningkatkan kenampakan tangibilitas jasa. Selain itu, dalam kasus pemasaran jasa, personil produksi menjadi penting dalam bauran promosi.

4. *Place* (tempat)

Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Keputusan ini meliputi keputusan lokasi fisik (misalnya keputusan mengenai di mana sebuah hotel atau restoran harus didirikan), keputusan mengenai penggunaan perantara untuk meningkatkan aksesibilitas jasa bagi para pelanggan (misalnya, apakah akan menggunakan jasa agen perjalanan ataukah harus memasarkan sendiri paket liburan secara langsung kepada konsumen), dan keputusan non lokasi yang ditetapkan demi ketersediaan jasa (contohnya, penggunaan *telephone delivery systems*).

5. *People* (Orang)

Bagi sebagian besar jasa, orang merupakan vital dalam bauran pemasaran. Bila produksi dapat dipisahkan dengan konsumsi, sebagaimana dijumpai dalam kebanyakan kasus pemasaran barang manufaktur, pihak manajemen biasanya dapat mengurangi pengaruh langsung sumber daya manusia terhadap output akhir yang diterima pelanggan. Di lain pihak, dalam industri jasa, setiap orang merupakan '*part-time marketer*' yang tindakan dan perilakunya memiliki dampak langsung pada output yang diterima pelanggan .

6. *Process* (proses)

Proses produksi atau operasi merupakan faktor penting bagi konsumen *high-contact service*, yang kerap kali juga berperan sebagai *co-producer* jasa bersangkutan. Pelanggan restoran, misalnya sangat terpengaruh oleh staff melayani mereka dan lamanya menunggu selama proses produksi. Dalam bisnis jasa, manajemen pemasaran dan manajemen operasi terkait erat dan sulit dibedakan dengan tegas.

7. *Physical Evidence* (Bukti fisik)

Karakteristik *intangible* pada jasa menyebabkan pelanggan potensial tidak bisa menilai suatu jasa sebelum mengkonsumsinya. Ini menyebabkan risiko yang dipersepsikan konsumen dalam keputusan pembeli semakin besar. Oleh sebab itu, salah satu unsur penting dalam bauran pemasaran adalah upaya mengurangi tingkat risiko tersebut dengan jalan menawarkan bukti fisik dari karakteristik jasa.

9. **Jasa**

a. **Definisi Jasa**

Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. Kotler,1994 (dalam buku Fandy Tjiptono;1996:6)

Jasa merupakan kegiatan yang sengaja dijual untuk memberikan kepuasan kepada pemakainya (Muninjaya, 2012). Jasa merupakan sesuatu yang abstrak oleh karena itu menanganinya lebih sulit dari pada barang. Jika barang bisa dijelaskan

secara objek fisik atau peralatan, maka jasa berupa kinerja atau tindakan (Setiawan, 2011).

Dapat disimpulkan dari definisi ahli diatas bahwa Jasa merupakan Suatu kinerja penampilan yang dirasakan oleh pelanggan/konsumen dalam penggunaan jasa tersebut tujuannya adalah agar konsumen merasa puas.

b. Klasifikasi Jasa

Sebagai konsekuensi dari adanya berbagai macam variasi bauran antara barang dan jasa di atas, maka sulit untuk menggeneralisir jasa bila tidak melakukan pembedaan lebih lanjut. Banyak pakar yang melakukan klasifikasi jasa, dimana masing-masing ahli menggunakan dasar pembedaan yang disesuaikan dengan sudut pandangnya masing-masing. Klasifikasi jasa dapat dilakukan berdasarkan tujuh kriteria Menurut Lovelock, 1987, (dalam buku Fandy Tjiptono 1996:7-11), yaitu :

1. Segmen pasar

Berdasarkan segmen pasar, jasa dapat dibedakan menjadi jasa kepada konsumen akhir (misalnya taksi, asuransi jiwa, dan pendidikan) dan jasa kepada konsumen organisasional (misalnya jasa akuntansi dan perpajakan, jasa konsultasi manajemen, dan jasa konsultasi hukum).

2. Tingkat keberwujudan (*tangbility*)

Kriteria Ini berhubungan dengan tingkat keterlibatan produk fisik dengan konsumen. Berdasarkan kriteria ini, jasa dapat dibedakan menjadi tiga macam, yaitu :

a. *Rented goods service*

Dalam jenis ini, konsumen menyewa dan menggunakan produk-produk tertentu berdasarkan tarif tertentu selama jangka waktu tertentu pula.

b. *Owned goods service*

Pada *owned good service*, produk-produk yang dimiliki konsumen direparasi, dikembangkan atau ditingkatkan untuk kerjanya, atau dipelihara/dirawat oleh perusahaan jasa.

c. *Non-goods service*

Karakteristik khusus pada jenis ini adalah jasa personal bersifat *intangible* (tidak berbentuk produk fisik) ditawarkan kepada para pelanggan.

3. Keterampilan penyedia jasa

Berdasarkan tingkat keterampilan penyedia jasa, jasa terdiri atas *professional service* dan *non professional service*. Pada jasa yang memerlukan keterampilan tinggi dalam proses operasinya, pelanggan cenderung sangat efektif dalam memilih penyedia jasa. Hal inilah yang menyebabkan para profesional dapat ‘mengikat’ para pelanggannya. Sebaliknya jika tidak memerlukan keterampilan tinggi, seringkali loyalitas pelanggan rendah karena penawarannya sangat banyak.

4. Tujuan organisasi jasa

Berdasarkan tujuan organisasi, jasa dapat dibagi menjadi menjadi *commercial service* (misalnya penerbangan, bank dan jasa parcel) atau *profit service* dan *non profit service* (misalnya sekolah, yayasan dana bantuan, panti asuhan, panti wreda, perpustakaan, dan museum).

5. Regulasi

Dari aspek regulasi, jasa dapat dibagi menjadi *regulated service* (misalnya pialang, angkutan umum, dan perbankan) dan *nonregulated service* (seperti makelar, katering, dan pengecatan rumah).

6. Tingkat intesitas karyawan

Berdasarkan tingkat intesitas karyawan (keterlibatan tenaga kerja), jasa dapat dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu *equipment-based service* (seperti cuci mobil otomatis, jasa sambungan telepon jarak jauh, ATM, *vending machines*, dan binatu) dan *people-based service* (seperti pelatih sepakbola, satpam, jasa akuntansi, konsultasi manajemen, dan konsultasi hukum).

7. Tingkat kontak penyedia jasa dan pelanggan

Berdasarkan tingkat kontak ini, secara umum jasa dapat dibagi menjadi *high-contact service* (seperti universitas, bank, dokter, dan pegadaian) dan *low-contact service* (misalnya bioskop). Pada jasa yang tingkat kontak dengan pelanggannya tinggi, keterampilan interpersonal karyawan harus diperhatikan oleh perusahaan jasa, karena kemampuan membina hubungan sangat dibutuhkan dalam berurusan dengan orang banyak, misalnya keramahan, sopan santun, komunikatif, dan sebagainya. Sebaliknya pada jasa yang tingkat kontak dengan pelanggan rendah, justru keahlian teknis karyawan yang paling penting.

c. Karakteristik jasa

Seperti yang telah diuraikan mengenai definisi jasa, terdapat beberapa karakteristik jasa yang membedakannya dari barang. Menurut Fandy Tjiptono (1996:15-18) karakteristik jasa, yaitu:

1. *Intangibility* (Tidak berwujud)

Jasa berbeda dengan barang. Jika barang merupakan suatu objek, alat, benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (*performance*), atau usaha. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki.

Jasa bersifat *intangible*, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium, atau didengar sebelum dibeli. Konsep *intangible* ini sendiri memiliki dua pengertian (Berry dalam Enis dan Cox, 1998), yaitu :

- a. Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa
- b. Sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan, atau dipahami secara rohaniah.

2. *Inseparability* (Tidak dapat dipisahkan)

Barang biasanya diproduksi kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Keduanya mempengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa tersebut.

Dalam hubungan penyedia jasa dan pelanggan ini, efektivitas individu yang menyampaikan jasa (contact-personnel) merupakan unsur penting. Dengan demikian, kunci keberhasilan bisnis jasa ada pada proses rekrutmen, kompensasi, pelatihan, dan pengembangan karyawannya.

3. *Variability* (Berubah-ubah)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *nonstandardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Ada 3 faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa (Bovee, Houston, dan Thill, 1995), yaitu kerja sama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa, moral/motivasi karyawan dalam melayani pelanggan, dan beban kerja perusahaan.

Dalam hal ini penyedia jasa dapat menggunakan tiga pendekatan dalam pengendalian kualitasnya, yaitu:

- a. Melakukan investasi dalam seleksi dan pelatihan personil yang baik.
- b. Melakukan standarisasi proses pelaksanaan jasa (*service-performance process*).
- c. Memantau kepuasan pelanggan melalui sistem saran dan keluhan, survei pelanggan, dan *comparison shopping*, sehingga pelayanan yang kurang baik dapat dideteksi dan dikoreksi.

4. *Perishability* (Daya tahan)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni, atau jam tertentu tanpa pasien ditempat praktik dokter gigi akan berlalu/hilang begitu saja karena

tidak dapat disimpan. Dengan demikian bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.

Kondisi diatas tidak akan menjadi masalah jika permintannya konstan. Oleh karena itu perusahaan jasa harus mengevaluasi kapasitasnya (substitusi dari persediaan jasa) guna menyeimbangkan penawaran dan permintaan.

10. Kepuasan Terhadap Pasien

Memahami kebutuhan dan keinginan pasien adalah hal penting yang mempengaruhi kepuasan pasien. Pasien yang puas merupakan aset yang sangat berharga karena apabila pasien merasa puas mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya, tetapi jika pasien merasa tidak puas mereka akan memberitahukan dua kali lebih hebat kepada orang lain tentang pengalaman buruknya. Untuk menciptakan kepuasan pasien, rumah sakit harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pasien yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pasiennya.

Pasien adalah orang sakit yang dirawat oleh dokter dan tenaga kesehatan lainnya ditempat praktek (Yuwono; 2003). Sedangkan Menurut Engel, et al. 1990 (dalam buku Fandy Tjiptono 2008:24) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan.

Menurut Kotler, et al;1996 (dalam buku Fandy Tjiptono 2008:24) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah

membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan di-bandingkan dengan harapannya.

Berdasarkan uraian dari beberapa ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pasien adalah hasil penilaian dalam bentuk respon emosional (perasaan senang dan puas) pada pasien karena terpenuhinya harapan atau keinginan dalam menggunakan dan menerima pelayanan perawat.

a. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler, et al., 1996 (dalam buku Fandy Tjiptono:2008;34) mengidentifikasi 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (customer-oriented) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Informasi-Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan hingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopping*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan

dan pesaing. Selain itu para *ghost shoooper* juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* ini juga penting, dimana peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei, baik dengan survei melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi (McNeal dan Lamb dalam Peterson dan Wilson, 1992). Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

b. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Sebagaimana dijelaskan bahwa di depan bahwa metode survei merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan. Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut :

1. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkapkan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan Rumah Sakit Efarina di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan : sangat tidak puas, tidak puas, netral. puas, sangat puas” (*directly reported satisfaction*).
2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka raskan (*derived dissatisfaction*).
3. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari rumah sakit dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).
4. Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja rumah sakit dalam masing-masing elemen (*importance/performance ratings*).

c. Faktor –faktor timbulnya Ketidak Puasan Pelanggan

Pelanggan yang mengeluh karena tidak puas. Ia tidak puas karena harapannya tidak terpenuhi. Dengan demikian semakin tinggi harapan pra-pembelian seorang pelanggan, maka semakin besar kemungkinan ia tidak puas terhadap jasa yang dikomsumsinya. Oleh karena itu kunci komunikasi dalam pemasaran jasa adalah manajemen harapan pelanggan.

Dalam hal terjadi ketidakpuasan, ada beberapa kemungkinan tindakan yang bisa dilakukan pelanggan, yaitu :

1. Tidak melakukan apa-apa

Pelanggan yang tidak puas tidak melakukan komplain, tetapi mereka praktis tidak akan membeli atau menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan lagi.

2. Melakukan Komplain

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi apakah seorang pelanggan yang tidak puas akan melakukan komplain atau tidak, yaitu :

- a. Derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan
- b. Tingkat ketidakpuasan pelanggan
- c. Manfaat yang diperoleh
- d. Pengetahuan dan Pengalaman
- e. Sikap pelanggan terhadap keluhan
- f. Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi
- g. Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain

d. Indikator Kepuasan Pelanggan

Dimensi dan Indikator Kepuasan Untuk mengukur sebuah variabel diperlukan dimensi dan indikator dari variabel tersebut. Menurut Fandy Tjiptono (2015;146) faktor faktor yang menjadi indikator dalam pembentukan kepuasan pelanggan yaitu :

a. Kinerja

Kinerja adalah hasil nyata dari sebuah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap konsumen. Dalam penelitian ini dimensi kinerja memiliki indikator sebagai berikut :

- 1) Kepuasan atas kemampuan perusahaan dalam melayani pelanggan dengan tepat.
- 2) Kepuasan atas kesiapan pegawai dalam melayani pelanggan.

b. Harapan

Harapan adalah perkiraan atau keyakinan pelanggan mengenai apa yang akan diterimanya. Dimensi Harapan memiliki indikator sebagai berikut :

- 1) Kepuasan atas terpenuhinya harapan pelanggan
- 2) Kepuasan atas kemampuan perusahaan melayani pelanggan dibandingkan dengan pesaing

II. Penelitian Terdahulu

Tabel II.1 : Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama Penerbit	Judul	Variabel/ Indikator	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	2	3	4	5	6
1.	HJ. Wn Suryani (2013)	Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap pada rumah sakit umum pringadi medan.	Variabel independen (kualitas pelayanan) variabel dependen (kepuasan pasien rawat inap)	Kuantitatif	Hasil penelitian dan pengamatan bahwa jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti maka dalam menentukan sampel menggunakan teknik sampling aksidental, dan jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang responden.
2.	Tazkiyatun Nafs Azzaroh (2016)	Pengaruh mutu pelayanan Kesehatan terhadap tingkat kepuasan pasien rawat inap di ruang dewasa umum rumah sakit kabupaten gresik.	Variabel independen (mutu pelayanan) variabel dependen(kepuasan pasien rawat inap).	Kuantitatif	Hasil penelitian dan pengamatan pada rumah sakit kabupaten gresik bahwa hasil perhitungan nilai korelasi memperhatikan $r = 0.834$ menunjukkan adanya hubungan positif antara mutu pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien.

1	2	3	4	5	6
3.	Totok Sudarto (2011)	Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Kelas VIP.	Variabel independen (bauran pemasaran) variabel dependen (kepuasan pasien rawat inap)	Kuantitatif	Hasil penelitian ternyata signifikan bahwa bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat inap kelas VIP.
4.	Sri Rezeki (2016)	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Umum Daerah Dr Soediran Mangun Sumarso Kabupaten Wonogiri.	Variabel independen (bauran pemasaran) variabel dependen (kepuasan dan loyalitas pasien rawat inap).	Kuantitatif	Hasil uji secara serempak (Uji F) disimpulkan secara simultan variabel harga, process, personal dan kepuasan pasien rawat inap berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien rawat inap di Rumah Sakit Umum Daerah Dr Soediran Mangun Sumarso.
5.	Albertus Billy Titirlolobi, Nancy Bawiling, Prycilia Mamujaja	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Biak Numfor	Variabel independen (bauran pemasaran) variabel dependen (kepuasan pasien rawat inap)	Kuantitatif	Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa product, place, dan profesional berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Diharapkan bagi rumah sakit agar meningkatkan strategi pemasarannya agar lebih banyak menarik pelanggan untuk berobat.

Sumber : Data Olahan Peneliti 2020

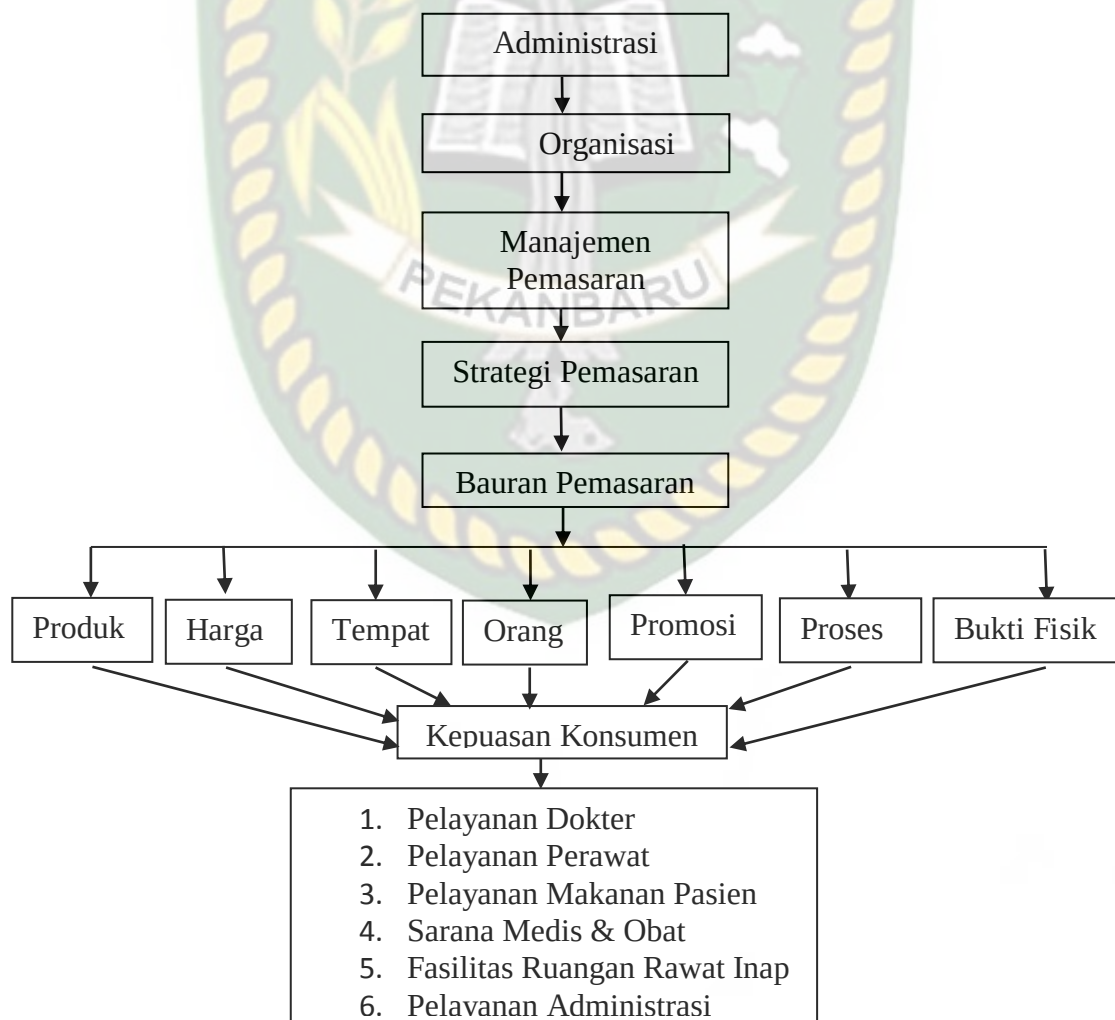
B. Kerangka Pikir

Secara sederhana kerangka berpikir merupakan sintesis tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Kerangka pikir dapat diartikan sebagai penggambaran alur berpikir peneliti yang memberikan

penjelasan tentang objek (variabel/fokus) permasalahan, mengapa penelitian mempunyai anggapan sebagaimana diutarakan dalam hipotesis penelitian.

Sehubungan dengan hal yang akan dibahas mengenai Pengaruh strategi pemasaran terhadap kepuasan pasien rawat inap di Rumah Sakit Efarina Etaham Di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, maka kerangka pikiran dapat di lihat pada gambar berikut ini :

Gambar II.2 : Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan.



Sumber : Modifikasi Penulis, 2020

C. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Menurut Prof. Dr.Sugiyono, 2016;64)

Adapun Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Ha : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi pemasaran terhadap kepuasan pasien rawat inap di rumah sakit efarina.

Ho : Diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi pemasaran terhadap kepuasan pasien rawat inap di rumah sakit efarina

D. Konsep Operasional

Untuk memudahkan pemberian pemahaman dalam menafsirkan istilah atau konsep terkait penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa konsep yang berhubungan langsung dengan penelitian ini:

1. Administrasi merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan secara berkelompok dengan menjunjung kerjasama yang tinggi untuk dapat menyelesaikan suatu pekerjaan yang telah ditentukan sebelumnya berupa tujuan dari suatu organisasi.

2. Organisasi merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan secara berkelompok dengan menjunjung kerjasama yang tinggi untuk dapat menyelesaikan suatu pekerjaan yang telah ditentukan sebelumnya berupa tujuan dari suatu organisasi.
3. Manajemen merupakan ilmu, seni dan proses kegiatan yang dilakukan dalam upaya mencapai tujuan bersama dengan mengelola sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara optimal melalui kerjasama antar anggota organisasi..
4. Manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni yang mengatur pengelolaan unsur manusia dalam suatu organisasi guna mencapai tujuan bersama.
5. Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa.
6. Manajemen pemasaran adalah proses yang melibatkan analisa, perencanaan, dan pengendalian yang mencakup barang, jasa dan gagasan yang tergantung pada pertukaran dengan tujuan menghasilkan kepuasan bagi pihak pihak yang terkait.
7. Strategi pemasaran adalah alat dasar direncanakan untuk mencapai tujuan rumah sakit efarina etaham dengan cara meningkatkan pelayanan jasa yang diberikan kepada setiap pasien yang dirawat di ruangan.
8. *Marketing mix* (bauran pemasaran) merupakan serangkaian alat pemasaran yang terdiri dari 7p yaitu produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan bukti fisik, yang dilakukan oleh rumah sakit efarina untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan psien rawat inap sehingga dapat mencapai kepuasan pasien rawat inap.

8. *Product* (produk) merupakan segala sesuatu yang ditawarkan petugas kesehatan baik berupa jasa atau pelayanan yang harus sesuai dengan kebutuhan pasien rawat inap.
9. *Price* (harga) merupakan biaya tarif yang harus dikeluarkan pasien rawat inap untuk memperoleh pelayanan di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan.
10. *Promotion* (promosi) merupakan suatu kegiatan untuk mengkomunikasikan manfaat jasa pelayanan kesehatan .
11. *Place* (tempat) merupakan penyaluran pelayanan kepada pasien rawat inap dan masyarakat untuk mendapatkan perawatan yang intensif.
12. *People* (orang) adalah penyedia layanan jasa di rumah sakit efarina etaham yaitu dokter dan perawat yang langsung memberikan pelayanan untuk pasien rawat inap.
13. *Process* (proses) merupakan suatu aktivitas pelayanan dari penerimaan pasien rawat inap masuk sampai pasien rawat inap pulang .
14. *Physical Evidence* (Bukti fisik) merupakan lingkungan fisik tempat pasien dirawat yaitu meliputi suasana yang nyaman, serta fasilitas umum yang disediakan rumah sakit efarina etaham seperti atm, masjid, parkir, kantin, dan lift .
15. Jasa merupakan suatu pelayanan yang diberikan oleh tim medis untuk pasien rawat inap dengan tujuan agar pasien rawat inap dapat merasa puas .
16. Kepuasan pasien adalah suatu bentuk perasaan seorang pasien rawat inap yang telah merasakan jasa pelayanan yang diberikan oleh tim medis karena terpenuhinya harapan atau keinginan dalam menggunakan ataupun menerima pelayanan .

17. Kinerja merupakan hasil nyata dari sebuah pelayanan yang diberikan rumah sakit efarina etaham terhadap pasien rawat inap.

18. Harapan merupakan keyakinan pasien rawat inap mengenai jasa yang diterimanya dari pelayanan rumah sakit efarina.

E. Operasionalisasi Variabel

Dari penjelasan tentang konsep operasional diatas, maka dapat disajikan operasional variabel dalam bentuk tabel sehubungan dengan Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, yaitu :

Tabel II.2 : Operasional Variabel Mengenai Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan.

Konsep	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
1	2	3	4	5
1. Pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan. (Tull dan Kahle; 1990)	Strategi Pemasaran Jasa	1. <i>Product</i> (produk)	a. Tipe Kamar - Kelas III - Kelas II - Kelas I - ICU - VIP b. Dokter Spesialis - Kebidanan & Kandungan - Anak - Paru - Penyakit dalam - Saraf - Bedah Umum - Gigi - THT	Ordinal

1	2	3	4	5
			9. Anastesi 10. Radiologi 11. Kulit & kelamin	
		2. <i>Price</i> (harga)	a. Paket harga (bersalin) b. Paket harga (medical checkup)	Ordinal
		3. <i>Place</i> (tempat)	a. Kebersihan b. Rumah sakit mengantar/jemput pasien rujukan	Ordinal
		4. <i>Promotion</i> (promosi)	a. Informasi dari cetak (koran, brosur, spanduk) b. Informasi dari media online (efarina.co.id)	Ordinal
		5. <i>People</i> (dokter & perawat)	a. Penjelasan dokter kepada pasien rawat inap b. Pertolongan dan sikap perawat	Ordinal
		6. <i>Process</i> (proses)	a. Administrasi cepat b. Kerahasiaan status pasien	Ordinal
		7. <i>Physical Evidence</i> (bukti fisik)	a. Fasilitas umum (atm, mushola, parkir, kantin, lift) b. Temperatur suhu ruangan membuat nyaman	Ordinal
2. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapan (Kotler; 1996)	Kepuasan Pelanggan	1. Kinerja	a. Akses Pelayanan b. Pelayanan dokter terhadap pasien rawat inap c. Perawat cepat membantu pasien d. Memberikan kejelasan aturan obat	Ordinal

1	2	3	4	5
		2. Harapan	a. Fasilitas rumah sakit yang lengkap b. Sikap dokter terhadap pasien c. Makanan yang sehat dan tepat waktu	Ordinal

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2020

F. Teknik Pengukuran

Berdasarkan judul penelitian tentang Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, maka berikut ini akan dioperasionalkan masing-masing konsepnya dan pengukuran dari variabel yang digunakan sebagai berikut:

Tabel II.3 : Pengukuran Skala Likert

Pernyataan	Persentase	Skor
Sangat Baik	100%-81%	5
Baik	80%-61%	4
Cukup Baik	60%-41%	3
Kurang Baik	40%-21%	2
Sangat Kurang Baik	20%-0%	1

Pada variabel Strategi Pemasaran Jasa (X) memiliki 7 indikator yaitu Produk (product), Harga (price), Tempat (place), Promosi (promotion), Orang (people), Proses (process), Bukti Fisik (Physical Evidence), Sedangkan pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y), memiliki 2 indikator yaitu Kinerja dan Harapan.

- Sangat Baik : Apabila semua penilaian setiap responden Sangat Baik terhadap semua indikator strategi pemasaran terhadap kepuasan pasien rawat inap efarina etaham pangkalan kerinci kabupaten pelalawan maka 81%-100% .
- Baik : Apabila semua penilaian setiap responden Baik terhadap semua indikator strategi pemasaran terhadap kepuasan pasien rawat inap efarina etaham pangkalan kerinci kabupaten pelalawan maka 80%-61%.
- Cukup Baik : Apabila semua penilaian setiap responden Cukup Baik terhadap semua indikator strategi pemasaran terhadap kepuasan pasien rawat inap efarina etaham pangkalan kerinci kabupaten pelalawan maka 60%-41% .
- Kurang Baik : Apabila semua penilaian setiap responden Kurang Baik terhadap semua indikator strategi pemasaran terhadap kepuasan pasien rawat inap efarina etaham pangkalan kerinci kabupaten pelalawan maka 40%-21% .
- Sangat Kurang Baik : Apabila semua penilaian setiap responden Sangat Kurang Baik terhadap semua indikator strategi pemasaran terhadap kepuasan pasien rawat inap efarina etaham pangkalan kerinci kabupaten pelalawan maka 20%-0% .

BAB III

METODE PENELITIAN

Untuk memperoleh data-data yang benar dan lengkap, maka metode-metode yang penulis gunakan dalam mengumpulkan serta membahas hasil penelitian ini adalah :

A. Tipe Penelitian

Dalam melaksanakan suatu penelitian, seorang peneliti terlebih dahulu menentukan metode apa yang akan digunakan saat melakukan penelitian. Tipe penelitian yang penulis gunakan adalah survey deskriptif dengan metode kuantitatif, karena peneliti mengumpulkan data dengan menganalisa data dengan cara mendeskripsikan data dengan cara melakukan pengamatan ditempat penelitian. Menurut Sugiyono (2007;3) Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Alasan penulis menggunakan metode ini adalah agar dapat mengetahui secara jelas dan kongkrit mengenai strategi pemasaran jasa terhadap kepuasan pasien rawat inap di rumah sakit efarina etaham di pangkalan kerinci kabupaten pelalawan.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Rumah Sakit Efarina Etaham yang beralamat di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan. Peneliti tertarik untuk meneliti di Rumah Sakit efarina Etaham letaknya sangat strategis terletak di Jl. Lintas Sumatera No.1 Pangkalan Kerinci, Pelalawan, Riau 28654 . Telepon : +62-761-494500 , Adapun alasan penulis

melakukan penelitian di lokasi rumah sakit efarina etaham dipangkalan kerinci kabupaten pelalawan dikarenakan rumah sakit ini adalah rumah sakit swasta yang bagus dan fasilitas medis yang lengkap di wilayah kota pangkalan kerinci. selain dari itu rumah sakit tersebut adalah rumah sakit rujukan dimana rumah sakit tersebut bisa mengantar dan menjemput pasien yang darurat.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2007;115). Populasi penelitian ini adalah pasien rawat inap di rumah sakit efarina etaham di pangkalan kerinci kabupaten pelalawan dengan total kunjungan pasien rawat inap pada tahun 2019 yaitu sebanyak 14.546 pasien. Jumlah populasi penelitian ini dihitung berdasarkan pada rata-rata jumlah kunjungan pasien perbulan di instalasi rawat inap tahun 2019 sebanyak 1.212 pasien .

2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2007:116), Sampel adalah suatu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap yang berada kelas 1, kelas 2, kelas 3, VIP, ICU, NICU/PICU, perinatologi, kelas isolasi di rumah sakit efarina di pangkalan kerinci kabupaten pelalawan pada tahun 2019.

Untuk mempersempit sampel pada penelitian ini, peneliti menghitung ukuran sampel dengan menggunakan teknik Slovin menurut (Umar 2003;146) sampel yang akan ditentukan oleh peneliti dengan persentase tingkat kesalahan 10% diperoleh besar sampel adalah . Rumus slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Persentase kesalahan yang ditolerir 15% = 0,15

Tabel III.1
Jumlah Populasi dan Sampel Pasien Rawat Inap Tahun 2019

No	Bagian	Populasi (orang)	Sampel (orang)	Persentase (%)
1.	Marketing	3	-	-
2.	Kelas III	2.965	10	22,2%
3.	Kelas II	5.334	15	33,3%
4.	Kelas I	2.949	8	17,7%
5.	VIP	563	6	13,3%
6.	ICU	187	1	2,2%
7.	NICU/PICU	21	2	4,4%
8.	Perinatologi	1.511	3	6,6%
9.	Kelas Isolasi	960	-	-
Total		14.546	45	100%

Sumber : Data Olahan Pasien Rawat Inap Tahun 2019

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 14.546 orang pasien, sehingga persentase kelonggaran yang digunakan adalah 15% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{14.546}{1 + 14.546 (0,15)^2}$$

$$n = \frac{14.546}{328,285}$$

$$n = 44,3$$

Sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 44,3 atau dibulatkan menjadi 45 orang.

D. Teknik Penarikan Sampel

Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probality sampling* dengan teknik *simple random sampling* yang artinya teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel dan dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2007).

Pelaksanaan *simple random sampling* disebabkan anggota populasi penelitian ini dianggap homogen karena sampel yang diambil adalah jumlah pasien rawat inap yang berada di ruang inap yang telah ditentukan oleh rumah sakit tersebut.

E. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data yang diambil dalam penelitian ini yaitu, menggunakan jenis data kualitatif dan kuantitatif.

a. Data Kualitatif

Data Kualitatif adalah data yang dapat diukur secara langsung yaitu Visi dan Misi serta Sejarah Rumah Sakit Efarina Etaham Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan atau struktur dan uraian tugas dan tanggung jawab Rumah Sakit Efarina Etaham Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang Kesehatan.

b. Data Kuantitatif

Data Kuantitatif adalah data yang dapat diukur secara langsung atau lebih tepatnya dapat dihitung. Yakni: jumlah pasien rawat inap yang ada di rumah sakit efarina etaham pangkalan kerinci kabupaten pelalawan .

2. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Berdasarkan sumbernya jenis data dapat digolongkan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder :

a. Data Premier adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau obyek penelitian dilakukan (Siregar, 2013). Cara mendapatkan data premier, yaitu tanggapan responden yang diperoleh langsung dari hasil penyebaran kusioner kepada pasien yang dirawat di rumah sakit tersebut . Data

premier diperlukan untuk mengetahui pendapat responden mengenai strategi pemasaran jasa terhadap kepuasan pasien rawat inap di rumah sakit efarina etaham di pangkalan kerinci kabupaten pelalawan.

- b. Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kepustakaan seperti, buku-buku, skripsi, jurnal, artikel dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini (Sugiyono, 2014:141). Data sekunder di penelitian ini berupa data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini seperti data kunjungan pasien rawat inap, struktur organisasi dan lain-lain yang sudah disiapkan oleh Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono 2007;401).

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber dan berbagai cara. Bila dilihat dari *setting-nya*, dapat dikumpulkan pada *setting* alamiah (*natural setting*)/survey atau lain-lain. Bila dilihat dari sumber data, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data yang dilakukan wawancara, kuesioner, observasi, dan gabungan ketiganya.

Pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

a. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2007). Mengumpulkan data dengan mengirim pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden, dilakukan dengan menyebar *form* kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan untuk pasien rawat inap di RS.Efarina Etaham Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan. Penggunaan kuesioner bertujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan serta mendukung penelitian.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan model Skala Likert. Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2007:132) Skala Likert digunakan untuk mengungkap sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah cara dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus. Peneliti mengambil cara mengumpulkan dengan dokumentasi untuk mengumpulkan data-data seperti Data kunjungan pasien rawat inap, sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, visi dan misi perusahaan, dan dokumen lainnya sesuai yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

c. Wawancara

Esterberg (2002) mendefinisikan interview sebagai berikut. *‘a meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic’*. Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Peneliti mengadakan tanya jawab kepada pihak bagian keuangan dan kepada pasien yang merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan rumah sakit efarina etaham untuk menanyakan data yang dapat mendukung penelitian .

d. Observasi

Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Penelitian melakukan observasi karena ingin mengamati secara langsung terhadap responden untuk mendapatkan data yang akurat.

G. Teknik Analisis Data Dan Uji Hipotesis

A. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah :

1. Metode Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisa statistik deskriptif dengan mendeskripsikan jawaban responden dalam bentuk tabel sehingga memperoleh data yang jelas dari responden. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data

dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2009).

2. Uji Validitas dan Reabilitas

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi pemasaran jasa terhadap kepuasan pasien rawat inap di pangkalan kerinci kabupaten pelalawan. Maka penulis menggunakan analisis yang hanya melibatkan dua variabel (X) dan (Y), yaitu :

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dari penelitian ini digunakan untuk mengungkapkan apakah pertanyaan pada questioner tersebut sah atau tidak . Bawono, (2006). Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS (Statistical Packagefor Social Science). Untuk menentukan nomor nomor item yang valid dan yang gugur, perlu dikonsultasikan dengan tabel product moment. Kriteria penilaian uji validitas adalah:

- a. Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ table}$ (pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- b. Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ table}$ (pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik cronbach alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,6.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik dilakukan untuk memenuhi syarat analisis regresi linear, yaitu penaksira tidak bias dan terbaik atau sering atau sering kali disingkat sebagai BLUE (best linier unbiased estimate). Ada beberapa asumsi diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolinieritas (untuk regresi linear berganda) dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terikat untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linear, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error (ε) yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik yaitu model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program SPSS.

Menurut Singgih Santoso (2002:393), dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), sebagai berikut :

- Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi adalah normal.

- Jika probabilitas $< 0,05$ maka populasi tidak berdistribusi secara normal

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah suatu situasi dimana beberapa atau semua variabel independen saling berkorelasi tinggi. Jika terdapat korelasi yang sempurna di antara variabel independen sehingga nilai koefisien korelasi di antara sesama variabel independen ini sama dengan satu, maka konsekuensinya adalah sebagai berikut :

- Koefesien-koefesien regresi menjadi tidak stabil
- Nilai standar error setiap koefesien regresi menjadi tidak terhingga

Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors (VIF)* :

$$VIF = \frac{1}{1 - R_i^2}$$

R_i^2 adalah koefesien determinasi yang diperoleh dengan meregresikan salah satu variabel bebas X_i terhadap variabel bebas lainnya. Jika nilai VIF kurang atau sama dengan 10 (Gujarati, 2003;363) maka diantara variabel independen tidak multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefesien koefesien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefesien-koefesien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi.

Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji-rank Spearman (Gujarati 2003;406) yaitu dengan mengkorelasikan variabel bebas terhadap nilai absolut dan residual (*error*) signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi digunakan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Untuk mengetahui apakah pada model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan D-W (Durbin Watson).

Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dengan menggunakan tabel Durbin Watson (Duwi Priyanto, 2014;106) sebagai berikut :

- $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi
- $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi
- $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan pernyataan yang kebenarannya masih lemah. Agar pernyataannya tidak diragukan maka secara statistik peneliti bisa melakukan pengumpulan data dan melakukan pengujian. Dengan melakukan pengujian statistik terhadap hipotesis peneliti dapat memutuskan apakah hipotesis dapat diterima atau ditolak. Berikut langkah-langkah pengujian hipotesis :

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (Sugiyono 2007:277).

Penelitian ini, penulis menggunakan persamaan regresi linear berganda karena variabel bebas dalam penelitian lebih dari satu. Adapun persamaan regresi linear berganda menurut Sugiyono (2007:277) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan :

Y : Variabel dependen

X_1, X_2 : Koefesien regresi variabel independen

a : Konstanta

b : Koefesien regresi

e : Error

b. Uji Hipotesis Simultan/ Serempak (Uji F)

Uji Hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan secara simultan atau keseluruhan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel intervening yaitu Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten

Pelalawan. Pengujian ini dilakukan dengan uji F, untuk mengetahui tingkat signifikannya menggunakan rumus :

$$F = \frac{(n - k - 1)R^2 YX_1 X_2 X_3 \dots X_n}{K(1 - R^2 YX^1 X^2 X^3 \dots X_n)}$$

Dimana : R : Koefisien Korelasi Ganda

k : Jumlah Variabel Bebas

n : Jumlah Sampel

Rancangan hipotesis untuk uji F adalah sebagai berikut :

- a. $H_0 : x_1 x_2 x_3 = 0$: artinya secara serempak tidak dapat pengaruh yang signifikan antara strategi pemasaran terhadap kepuasan pasien rawat inap di rumah sakit efarina etaham .
- b. $H_a : x_1 x_2 x_3 \neq 0$: artinya secara serempak terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi pemasaran terhadap kepuasan pasien rawat inap di rumah sakit efarina etaham.

c. Uji Hipotesis Parsial / Individual (Uji T)

Uji hipotesis ini dilakukan untuk menghitung tingkat signifikan secara parsial atau satu satu pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan uji t, untuk menghitung tingkat signifikannya menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana : r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

Tingkat kesalahan yang dapat ditolelir atau tingkat signifikansinya dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 5%. Rancangan hipotesis untuk uji t adalah:

- a. $H_0 : x_1x_2x_3 = 0$: artinya secara parsial tidak dapat pengaruh yang signifikan antara strategi pemasaran terhadap kepuasan pasien rawat inap di rumah sakit efarina etaham.
- b. $H_0 : \rho Yx_1x_2x_3 = 0$: artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi pemasaran terhadap kepuasan pasien rawat inap di rumah sakit efarina etaham.

d. Pengujian Determinan (R^2)

Koefesien determinasi sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varian dari variabel terikatnya. Secara sederhana koefesien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien Korelasi (R) . Koefesien determinasi yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap dependen yang dinyatakan dalam persentasi, dengan rumus :

$$Kd = r^2_{xy} \times 100\%$$

Kd : Seberapa besar perubahan variabel terikat (Kepuasan Pasien)

r^2_{xy} : Kuadrat koefesien korelasi ganda

H. JADWAL KEGIATAN PENELITIAN

Dalam kegiatan penelitian adalah pembagian waktu tertentu berdasarkan rencana pengaturan urutan kerja, daftar atau tabel kegiatan atau rencana dengan pembagaian waktu pelaksana yang terperinci, yang dimulai dari tahun 2020-2021. Adapun rinciannya sebagai berikut :

Tabel II.2 : Jadwal dan waktu kegiatan penelitian “Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan.

No	Jadwal Kegiatan	Bulan dan Minggu ke															
		Nov 20	Des 20				Jan 21				Feb 21				Maret 21		
		4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1.	Penyusunan UP																
2.	Seminar UP																
3.	Revisi UP																
4.	Revisi Kuesioner																
5.	Rekomendasi Survey																
6.	Survey Lapangan																
7.	Analisis Data																
8.	Penyusunan Skripsi																
9.	Konsultasi Revisi Skripsi																
10.	Ujian Komprehensi f Skripsi																
11.	Revisi Skripsi																
12.	Pengadaan Skripsi																

Sumber : Olahan Data Penelitian 2020-2021

BAB IV

DISKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya Rumah Sakit Efarina Etaham

Rumah Sakit Efarina Etaham pada awalnya merupakan sebuah Balai Asuhan keperawatan yang didirikan oleh DR. Jupinus Ramli Saragih, SH, MM pada tanggal 11 April 2003 di daerah Purwakarta. Perusahaan yang berbadan hukum Yayasan Etaham mendapat ijin yayasan dengan No.02/Y-E/IV/2003.

Pada tanggal 14 April 2003 berdiri diatas tanah seluas $770m^2$ terdiri dari sebuah bangunan Poliklinik 24 jam yang difasilitasi beberapa kamar rawat inap, sehingga Poliklinik tersebut sempat menjadi Balai Asuhan Kreperawatan yang mendapatkan ijin perubahan menjadi Klinik Etaham pada tanggal 14 Oktober 2003. Kemudian menambah bangunan rawat inap menjadi 25 tempat tidur, didukung dengan UGD 24 jam, ruang operasi, ICU, NICU, ruang jenazah dan dibantu oleh beberapa dokter spesialis, para dokter umum serta tenaga medis yang terampil.

Pada tanggal 7 Mei 2004, pendiri dengan berusaha payah dibantu dan didukung oleh masyarakat sekitarnya mengubah Poliklinik menjadi RS Ibu dan Anak dengan ijin operasional 064/RS/V/2004 berdiri diatas tanag seluas $1800m^2$. Dalam perkembangan RS tersebut yang sangat terkenal oleh masyarakat adalah Trauma Centre dalam rangka membantu pelayanan kesehatan. Maka pendiri tetap bekerja keras untuk memberikan pelayanan yang terbaik terjangkau di tengah-tengah kehidupan masyarakat khususnya bagi masyarakat yang kurang mampu.

Dengan kesabaran dan ketekunan, maka pada tanggal 18 Januari 2005 pendiri tersebut berhasil merubah Yayasan Etaham menjadi PT. Efarina Etaham. Seiring dengan perjalanannya motto pendiri yaitu, Melayani adalah suatu kebahagiaan di dalam kehidupan saya. Maka pendiri mencoba mendekati masyarakat dan masyarakat mendukung sepenuhnya untuk menerima ganti rugi tanah seluas 15 Hektar yang langsung atas nama pendiri. Sehingga diatas tanah tersebut, PT. Efraina Etaham membangun sebuah gedung berlantai 3 dengan kapasitas 100 tempat tidur.

Pada tanggal 19 Januari 2005, RS Ibu dan Anak berubah menjadi Rumah Sakit Umum (RSU). Dalam perjalanan pendiri tetap berfikir visioner dalam rangka memberikan pelayanan kesehatan khususnya di wilayah Purwakarta dan pada umumnya Jawa Barat. RS tersebut terus melakukan pengembangan SDM, pengembangan fisik dan pengembangan peralatan medis. Sehingga pada akhir tahun 2017 seluruh tempat tidur pasien berjumlah 200 bed yang dilengkapi oleh dokter spesialis, sub spesilais, sehingga RS tersebut berhasil menjadi RS Efarina Etaham tpe B dan telah terakreditasi.

Seiring perkembangan kebutuhan masyarakat khususnya dibidang kesehatan, maka pendiri melakukan eksekusi RS Satya Insani menjadi RS Efarina Pangkalan Kerinci dan PT.Efarina dengan akte no.7 tanggal 17 Januari 2012 dan no ijin operasional HK.07.06/III/187/2008 dari Menteri Kesehatan RI tanggal 22 Januari 2008. Pada bulan Desember 2008 RS tersebut mulai dioperasikan dengan kapasitas 215 tempat tidur. RS ini juga menjadi idola masyarakat Karo khususnya dibidang kesehatan. Dima RS tersebut jug terakreditasi tipe B.

B. Visi dan Misi Rumah Sakit Efarina Etaham

Adapun Visi dan Misi RS Efarina Etaham dapat dijelaskan dibawah ini :

1. Visi Rumah Sakit Efarina Etaham

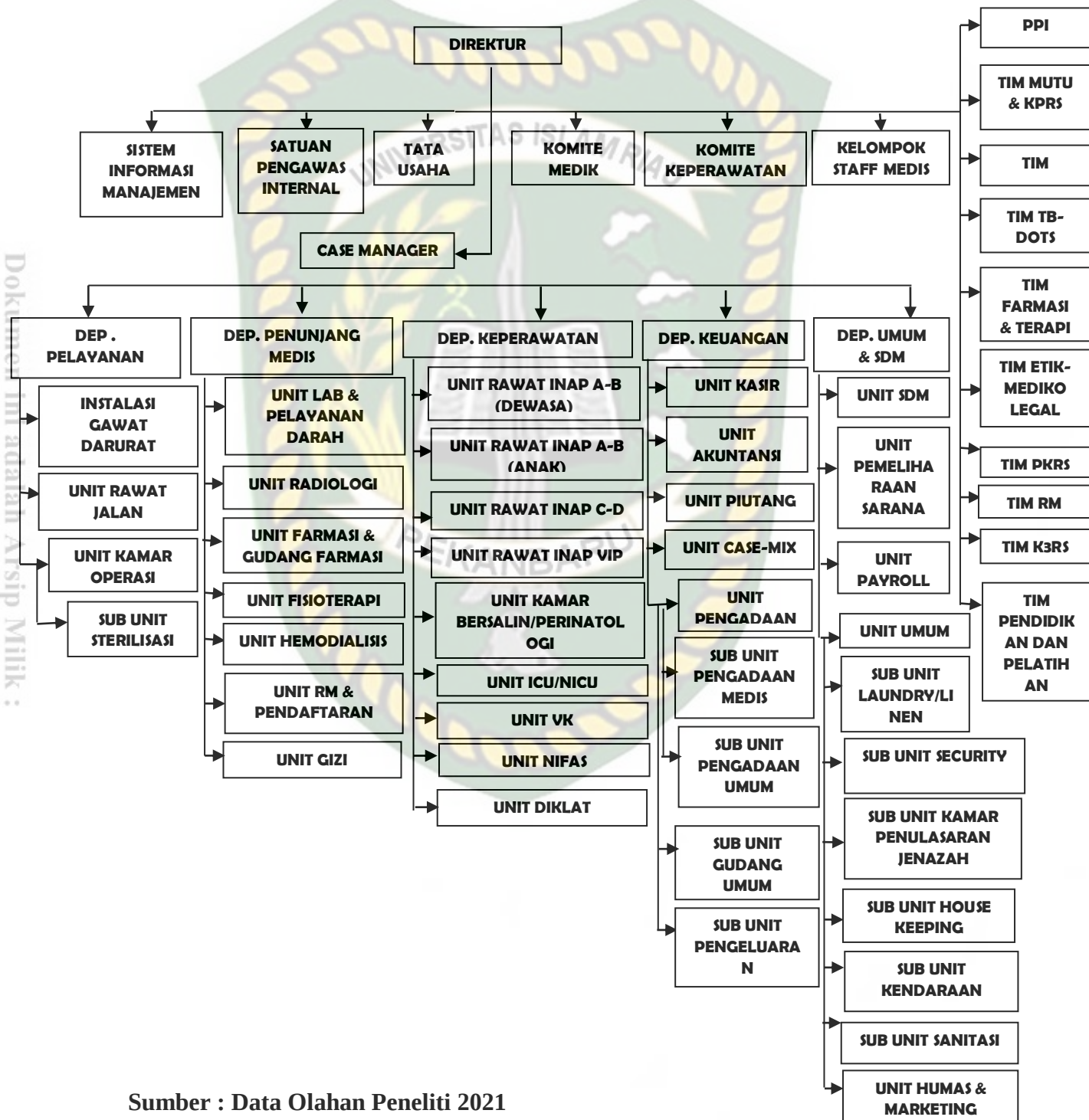
“Menjadi Rumah Sakit Swasta yang mengutamakan pelayanan keseluruhan yang bermutu dan terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat”.

2. Misi Rumah Sakit Efarina Etaham

“Memberi pelayanan terhadap seluruh lapisan masyarakat dan meningkatkan sumber daya manusia yang lebih berkualitas dalam rangka mendukung pelayanan

C. Struktur Organisasi Rumah Sakit Efarina Etaham

Adapun struktur organisasi Rumah Sakit Efarina Etaham Pangkalan Kerinci lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 4.1.



D. Fungsi dan Tugas Organisasi

Adapun pembagian tugas dari setiap unit atau fungsi dalam struktur organisasi dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Direktur

Direktur berperan sebagai pemimpin langsung Rumah Sakit Efarina Etaham Pangkalan kerinci dan sekaligus bertanggung jawab atas seluruh kegiatan dan operasi yang berlangsung di rumah sakit. Adapun tugas dari direktur rumah sakit adalah :

- a. Memimpin, mengkoordinir serta mengendalikan dan mengawasi semua kegiatan yang ada di Rumah Sakit.
- b. Melaksanakan dan mengevaluasi program kerja dan kegiatan pelayanan serta anggaran operasional.
- c. Mengangkat atau menunjuk pegawai-pegawai rumah sakit dalam jabatan tertentu di lingkungan rumah sakit.
- d. Mengambil keputusan atau kebijakan sehubungan dengan pelaksanaan pelayanan di rumah sakit.

2. Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit

SIMRS berperan sebagai penyedia layanan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan dan pengendalian didalam kegiatan rumah sakit . Adapun tugas dari Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit adalah :

- a. Mendukung kelancaran pengoperasian perangkat lunak yang penting untuk administrasi di rumah sakit.
- b. Memberikan data yang berkaitan dengan spesifikasi aplikasi yang ada di rumah sakit.

- c. Memberikan feedback yang cepat dan akurat kepada pengembang dengan mengisi form yang diberikan.

3. Satuan Pengawas Internal

Satuan Pengawas Internal berperan sebagai salah satu sarana utama untuk dapat memastikan bahwa pengelolaan rumah sakit telah dilaksanakan sesuai dengan prinsip *Good Corporate Governance* yang diinginkan tersebut. Adapun tugas dari Satuan Pengawas Internal adalah :

- a. Membantu Direktur agar dapat secara efektif mengamankan investasi dan aset rumah sakit.
- b. Melakukan penilaian desain dan implementasi pengendalian intern, apakah cukup memadai dan dilaksanakan sistem pengendalian intern yang diciptakan untuk dapat menjamin data-data keuangan di rumah sakit dapat dipercaya.
- c. Melakukan analisis dan evaluasi efektifitas sistem dan prosedur pada semua bagian dan unit kegiatan di rumah sakit.

4. Tata Usaha

Tata usaha berperan sebagai pelaksana dalam penyelenggaraan/pengelolaan administrasi di rumah sakit bertujuan untuk memberikan pelayanan di bidang administrasi secara terencana dan terarah . Adapun tugas dari tata usaha adalah :

- a. Menyusun laporan pelaksanaan tugas dan program ketatausahaan di rumah sakit.
- b. Menyiapkan bahan rancangan Standard an Prosedur Operasional ketatatusahaan rumah sakit.

- c. Menyiapkan bahan rancangan kebutuhan SDM, dilingkungan bagian tata usaha di rumah sakit
- d. Melaksanakan tugas lain yang diberikan atasan dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas.

5. Case Manager

Case Manager berperan sebagai seorang yang profesional di rumah sakit yaitu dokter yang melaksanakan manajemen pelayanan pasien, dan bertanggung jawab terhadap pemberian pelayanan kesehatan kepada pasien secara efektif dan efisien . Adapun tugas dari Case Manager adalah :

- a. Case Manager dapat melakukan tindakan emergensi bila diperlukan
- b. Mengkomunikasikan solusi-solusi dan alternative-alternative dari pemecah masalah pelayanan kepada pasien yang telah dirawat.
- c. Meningkatkan kepuasan pasien dengan menjaga mutu serta kualitas pelayanan kepada pasien
- d. Mengkomunikasikan serta memonitor dan mengevaluasi pelayanan kepada pasien sejak pasien masuk rumah sakit sampai dengan keluar dari rumah sakit .

6. Komite Medik

Komite Medik berperan sebagai perangkat rumah sakit untuk menerapkan tata kelola klinis agar staf medis dirumah sakit terjaga profesionalismenya melalui mekanisme kredensial, penjagaan mutu profesi medis, dan pemeliharaan etika dan disiplin profesi medis. Adapun tugas dari Komite Medik adalah :

- a. Menyusun standar pelayanan medis di rumah sakit.
- b. Bertanggung jawab tentang pelaksanaan etika profesi .
- c. Memberikan pertimbangan kepada Kepala Rumah Sakit penerimaan tenaga medik untuk bekerja di rumah sakit
- d. Memonitoring dan evaluasi penggunaan obat di rumah sakit

7. Komite Keperawatan

Komite keperawatan berperan sebagai wadah non-struktural rumah sakit yang mempunyai fungsi untuk mempertahankan dan meningkatkan profesionalisme tenaga keperawatan melalui mekanisme kredensial, penjagaan mutu profesi, dan pemeliharaan etika dan disiplin profesi. Adapun tugas dari Komite Keperawatan adalah :

- a. Melakukan standarisasi proses kredensial bagi seluruh staf keperawatan yang akan memberikan pelayanan keperawatan di rumah sakit.
- b. Memastikan setiap rumah sakit memelihara mutu profesi tenaga keperawatan melalui standarisasi Pendidikan keprofesian berkelanjutan, sesuai jenjang kompetensi perawat.
- c. Memastikan setiap staf keperawatan di rumah sakit menunjukkan perilaku profesional dan disiplin profesi sesuai dengan kode etik profesi perawat Indonesia.

8. Kelompok Staf Medis

Kelompok Staff Medis berperan sebagai satuan organisasi staf medis dalam melaksanakan pelayanan medis, pendidikan dan pelatihan secara penelitian dan pengembangan di bidang medis. Adapun tugas dari Kelompok Staf Medis adalah :

- a. Melaksanakan kegiatan profesi yang meliputi prosedur diagnosis, pengobatan, pencegahan akibat penyakit peningkatan dan pemulihan pada pasien di rumah sakit.
- b. Meningkatkan kemampuan profesinya, melalui program pendidikan/ pelatihan berkelanjutan.
- c. Menjaga agar kualitas pelayanan sesuai standar profesi , standar pelayanan medis dan etika kedokterannya yang sudah ditetapkan.
- d. Menyusun, mengumpulkan, menganalisa dan membuat laporan pemantauan indikator mutu klinik.

9. PPI

PPI kepanjangan dari pencegahan dan pengendalian infeksi yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menurunkan risiko infeksi yang didapat dan ditularkan antara pasien, staf, tenaga profesional kesehatan, tenaga kontrak, tenaga sukarela, mahasiswa dan pengunjung. Adapun tugas dari PPI adalah :

- a. Memberikan usulan kepada Direktur untuk pemakaian antibiotika yang rasional di rumah sakit berdasarkan hasil pantauan kuman dan resistensinya terhadap antibiotika serta menyebar luaskan data resistensi antibiotika.
- b. Mengembangkan, mengimplementasikan, dan secara periodik mengkaji kembali rencana manajemen PPI apakah telah sesuai dengan kebijakan manajemen rumah sakit.
- c. Menggusulkan pengadaan alat serta bahan yang sesuai dengan prinsip PPI dan aman bagi yang menggunakan.

- d. Menyusun serta mengevaluasi pelaksanaan program PPI dan Program pelatihan juga pendidikan PPI

10. Tim Mutu & KPRS

Tim mutu & KPRS berperan penting untuk rumah sakit efarina etaham karna kepuasan pasien menjadi kesuksesan utama bagi rumah sakit efarina etaham dalam pelayanan kesehatan. Adapun tugas dari Tim mutu & KPRS adalah :

- a. Menyusun dan merencanakan pelaksanaan kegiatan program kerja KPRS dalam peningkatan mutu di rumah sakit
- b. Menganalisa data indikator mutu pelayanan baik indikator mutu klinis rumah sakit maupun indikator mutu manajerial rumah sakit serta indikator keselamatan pasien.
- c. Mengevaluasi pelaksanaan 5 area prioritas yang sudah ditetapkan oleh Direktur dengan fokus utama pada penggunaan PPK, clinical pathway dan indiakot mutu kunci.

11. Tim Ponek

Tim Ponek merupakan petugas kesehatan yang memberikan pelayanan 24 jam untuk kegawatdarurat ibu dan bayi untuk pasien rujukan, keberadaan ponek sangat membantu jika terjadi urgent pada pasien di rumah sakit. Adapun tugas Tim Ponek adalah :

- a. Mengendalikan dan mengevaluasi kualitas pelayanan profesi di rumah sakit
- b. Membuat laporan hasil kegiatan maternal kepada penanggungjawab di rumah sakit
- c. Melaksanakan pembinaan Poned kasus maternal bersama tim .

12. Tim TB-DOOTS

Tim TB-DOOTS adalah salah satu upaya penting dalam menanggulangi TB di Indonesia. Adapun tugas dari Tim TB-DOOTS adalah :

- a. Melaksanakan kebijakan, memberikan arahan, menetapkan standar pelayanan TB DOOTS di rumah sakit.
- b. Melakukan perencanaan, pergerakan dan pengendalian pelayanan TB DOOTS di rumah sakit.
- c. Memfasilitasi kebutuhan logistik (termasuk obat, alat kesehatan dan peralatan yang dibutuhkan) pada pelayanan TB DOOTS di rumah sakit .

13. Tim Farmasi & Terapi

Tim Farmasi dan Terapi berperan dalam penerapan terapi dengan memastikan ketepatan pemberian obat oleh dokter, penyediaan obat dan memastikan penggunaan obat dengan tepat di rumah sakit . Adapun tugas Tim Farmasi dan Terapi adalah :

- a. Menyusun program kerja yang akan dilakukan yang disetujui oleh Direktur di rumah sakit
- b. Mengembangkan kebijakan tentang penggunaan obat di rumah sakit
- c. Mengembangkan standar terapi
- d. Mengkoordinir penatalaksanaan reaksi obat yang tidak dikehendaki
- e. Melakukan seleksi dan evaluasi obat yang akan masuk ke dalam formularium di rumah sakit

14. Tim Etik dan Mediko legal

Tim Etik dan Mediko legal berperan untuk membantu terselenggaranya kegiatan administrasi dan mengarsipkan dokumen-dokumen yang ada di rumah sakit . Adapun tugas dari Tim Etik dan Mediko legal adalah :

- a. Mengatur dan menyiapkan segala keperluan untuk pertemuan dengan Sub Etika kedokteran dan Medikolegal .
- b. Mencatat dan mengarsipkan setiap hasil pertemuan Sub Etika kedokteran dan Medikolegal
- c. Mempersiapkan surat menyurat yang diperlukan untuk kegiatan Sub Etika kedokteran dan Medikolegal
- d. Mempersiapkan hasil kegiatan dari Sub Etika kedokteran dan Medikolegal

15. Tim PKRS

Tim PKRS kepanjangan dari Promosi Kesehatan Rumah Sakit adalah sebuah proses memperdayakan pasien, keluarga pasien, sumber daya manusia di rumah sakit, pengunjung rumah sakit, dan masyarakat sekitar rumah sakit yang berperan serta aktif dalam proses asuhan untuk mendukung perubahan perilaku dan lingkungan serta menjaga dan meningkatkan kesehatan menuju pencapaian derajat kesehatan yang optimal. Adapun tugas dari Tim PKRS adalah :

- a. Melakukan evaluasi PKRS
- b. Merencanakan keperluan pengembangan program, baik berupa kegiatan, sarana, peralatan dan bahan-bahan guna penyelenggaraan pelayanan penyuluhan.

- c. Mengkoordinasikan unit KPRS agar selalu dalam keadaan siap untuk penyelenggaraan pelayanan dengan lancar dan bermutu
- d. Melaporkan kegiatan KPRS kepada Direktur rumah sakit

16. Tim RM

Tim RM berperan sangat penting di rumah sakit dan melekat erat dengan kegiatan pelayanan kedokteran maupun pelayanan kesehatan dan dapat digunakan dokter sebagai bahan pembelaannya bahwa tindakan medis yang dilakukannya telah memenuhi standar profesi. Adapun tugas Tim RM adalah :

- a. Memberikan data dan informasi kesehatan berdasarkan kebutuhan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
- b. Membantu program pemerintah dalam rangka meningkatkan derajat kesehatan masyarakat
- c. Menyimpan rahasia pasien/klien sesuai dengan ketentuan perundang-undangan
- d. Menghormati hak pasien/klien

17. Tim K3RS

Tim K3RS merupakan kegiatan untuk menjamin dan melindungi keselamatan dan kesehatan bagi sumber daya manusia di rumah sakit, pasien, pendamping pasien, pengunjung, maupun lingkungan rumah sakit melalui upaya pencegahan kecelakaan kerja dan penyakit akibat kerja di rumah sakit. Adapun tugas Tim K3RS adalah :

- a. Membuat rencana program dan koordinasi pemeriksaan kesehatan kerja sebelum bekerja bagi personel rumah sakit

- b. Melakukan koordinasi dengan Tim PPI mengenai penularan infeksi terhadap personel rumah sakit
- c. Melaporkan dan membuat rencana sertifikasi dan kalibrasi peralatan dan instalasi dalam gedung rumah sakit

18. Tim Pendidikan dan Pelatihan

Tim Pendidikan dan Pelatihan berperan untuk menyelenggarakan kegiatan-kegiatan pendidikan dan pelatihan baik yang sasarannya ke dalam maupun keluar rumah sakit . Adapun tugas dari Tim Pendidikan dan Pelatihan adalah :

- a. Memfasilitasi pelaksanaan kegiatan pendidikan dan pelatihan bagi unit-unit/ bagian/ bidan instalasi yang membutuhkan
- b. Membuat perencanaan berbagai kegiatan pelatihan dan pendidikan berdasarkan kebutuhan internal dan eksternal di rumah sakit
- c. Mengembangkan dan meningkatkan mutu SDM rumah sakit melalui kegiatan pendidikan dan pelatihan

19. Dep. Pelayanan Medis

Dep. Pelayanan Medis berperan untuk mengembangkan dan meningkatkan fasilitas, tenaga mutu kegiatan pelayanan medis, serta melakukan pengawasan dan pengendalian penerimaan dan pemulangan pasien di rumah sakit. Adapun tugas Dep. Pelayanan Medis adalah :

- a. Memimpin, melaksanakan dan mengkoordinasikan pelaksanaan tugas di bidang pelayanan medis di rumah sakit

- b. Menyusun rencana kebutuhan pelayanan medis, elektromedik dan rehab medis
- c. Mengelola dan menyajikan data pelayanan medis, elektromedik dan rehab medis

20. Dep. Penunjang Medis

Dep. Penunjang Medis berperan melaksanakan tugas Kabid Penunjang dalam menyusun rencana program monitoring dan evaluasi di unit gizi, laboratorium, rongent, farmasi dan rekam medik. Adapun tugas dari Dep. Penunjang Medis adalah :

- a. Menyusun rencana program kerja di unit gizi, laboratorium, rongent, farmasi dan rekam medik
- b. Monitoring dan mengevaluasi pengendalian kegiatan pada unit gizi, laboratorium, rongent, farmasi dan rekam medik
- c. Mengkoordinir semua kebutuhan yang bersifat profesi pada unit gizi, laboratorium, rongent, farmasi dan rekam medis.

21. Dep. Keperawatan

Dep. Keperawatan bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan keperawatan sesuai kompetensi dan kewenangan yang dimiliki secara mandiri maupun kerjasama dengan anggota tim kesehatan lain. Adapun tugas dari Dep. Keperawatan adalah :

- a. Berperanserta dengan anggota tim kesehatan dalam membahas kasus dan upaya meningkatkan mutu asuhan keperawatan
- b. Memberikan penyuluhan kesehatan kepada pasien dan keluarganya sesuai keadaan dan kebutuhan pasien

- c. Mengobservasi kondisi pasien, selanjutnya melakukan tindakan yang tepat berdasarkan hasil observasi tersebut, sesuai batas kemampuannya

22. Dep. Keuangan

Dep Keuangan bertanggung jawab atas pengambilan keputusan penting mengenai investasi dan pendanaan di rumah sakit dan memperoleh kelancaran aliran kas masuk, untuk membiayai investasi dan kegiatan operasional rumah sakit. Adapun tugas dari Dep. Keuangan adalah :

- a. Merencanakan, mengatur, dan mengontrol pengembangan sistem dan prosedur keuangan rumah sakit
- b. Melakukan pertimbangan terhadap berbagai resiko yang akan terjadi dalam kaitannya dengan arus pendapatan
- c. Menyiapkan draft penyusunan dan penetapan besaran jasa pelayanan/ remunerasi di rumah sakit
- d. Melakukan monitoring dan evaluasi pelaksanaan penerimaan dan pengeluaran keuangan di rumah sakit

23. Dep. Umum dan SDM

Dep. Umum dan SDM berperan melaksanakan kegiatan dan penyusunan pedoman dan petunjuk teknis pembinaan ketatausahaan, kearsipan, urusan rumah tangga, serta melaksanakan tugas kepegawaian dan pengembangan sumber daya manusia. Adapun tugas dari Dep. Umum dan SDM adalah :

- a. Menyusun rencana, melaksanakan tugas teknis kepegawaian dan pengembangan sumber daya manusia
- b. Merencanakan pendidikan, menyelenggarakan bimbingan, menyusun dan mengembangkan standar pelayanan keperawatan
- c. Merencanakan, membina, mengkoordinasikan pelaksanaan kehumasan dan pemasaran serta rekam medik dan sistem informasi rumah sakit

E. Sumber Daya Organisasi Rumah Sakit Efarina Etaham

Dalam memberikan layanan pada pelanggan Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci memiliki karyawan sebanyak 257 orang, baik dalam tantanan manajerial maupun non-manajerial. Susunan karyawan Rumah Sakit Efarina di Pangkalan Kerinci dapat dilihat Tabel 4.2.

No	Bagian	Jumlah
1	2	3
1	Direktur Rumah Sakit	1
2	Tata Usaha	1
3	Keperawatan-Koordinator Keperawatan	1
4	Keperawatan-Perawat Pelaksana	31
5	Keperawatan-Bidan Pelaksana	30
6	Pelayanan Medis-Perawat Pelaksana	21
7	Pelayanan Medis-Bidan Pelaksana	4
8	Penunjang Medis-Pelaksana	67
9	Keuangan-Kepala Divisi	1
10	Keuangan-Pelaksana	4
11	Keuangan-Kasir	6
12	Keuangan-Tim BPJS	5
13	Umum & SDM-Kepala Divisi	1
14	Umum & SDM-Kantor	4
15	Umum & SDM-IT	2
16	Umum & SDM-Marketing	3
17	Umum & SDM-B3	1
18	Umum & SDM-Maintenance	5
19	Umum & SDM-Driver	4

1	2	3
20	Umum & SDM-Laundry	5
21	Umum & SDM-House Keeping	21
22	Umum & SDM-Security	13
23	Dokter Umum	9
24	Dokter Gigi	2
25	Dokter Spesialis	15
Total		257

Sumber : Data Olahan Penelitian 2021

F. Fasilitas Layanan Medis

Adapun fasilitas medis yang ditawarkan oleh Rumah Sakit Efarina Etaham sebagai berikut :

1. Unit Gawat Darurat

Unit Gawat Darurat menyediakan penanganan awal bagi pasien yang menderita sakit dan cedera, yang dapat mengancam kelangsungan hidupnya.

2. CT-SCAN

CT-SCAN adalah suatu alat mesin yang digunakan untuk mendiagnosis dan memonitor beragam kondisi kesehatan.

3. Rontgen

Rontgen adalah alat untuk mendiagnosa masalah kesehatan dan yang lainnya untuk pemantauan kondisi kesehatan yang ada.

4. USG

Usg adalah suatu alat untuk memeriksa bagian dalam seperti Tumor Payudara, Batu Empedu, Batu Pankreas, Pelemakan Hati, Batu Ginjal, Batu Kandung Kemih, atau Pembesaran Prostat.

5. Fisioterapi

Fisioterapi adalah suatu rehabilitas seseorang agar terhindar dari cacat fisik melalui serangkaian penilaian, diagnosis, perlakuan, dan aktivitas pencegahan.

6. Endoskopi

Endoskopi adalah suatu teknik atau metode yang ditujukan untuk melihat lebih jauh bagian-bagian yang ada dalam tubuh dengan cara memasukan sebuah alat berupa tabung yang fleksibel dilengkapi kamera kecil diujung alat tersebut.

7. Echocardiography

Ekokardiografi adalah pemeriksaan jantung dengan alat ultrasonografi (USG).

8. Laboratorium

Laboratorium adalah sebagai tempat riset ilmiah, eksperimen, pengukuran ataupun pelatihan ilmiah dilakukan yang bersangkutan dengan sampel yang diberikan oleh pasien.

9. Instalasi Farmasi

Instalasi Farmasi RS Efraina terdiri dari suatu bagian/unit/divisi atau fasilitas sebagai tempat penyelenggaraan semua kegiatan pekerjaan kefarmasian yang ditujukan untuk keperluan dan kebutuhan obat-obatan para pasien.

10. Bedah

Bedah atau biasa dikenal dengan operasi bedah, yang ditangani oleh spesialis dan tenaga yang berpengalaman dan profesional dalam ilmu dan keterampilan dalam hal diagnosa, perawatan pre operasi, operasi dan penatalaksanaan sesudah operasi .

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menyampaikan hasil penelitian yang penulis lakukan pada seluruh ruangan rawat inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci yang berkaitan dengan strategi pemasaran jasa terhadap kepuasan pasien rawat inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan. Terlebih dahulu diuraikan identitas responden dalam penelitian.

A. Identitas Responden

Identitas responden hasil dari keterangan yang diperoleh peneliti melalui kuesioner yang telah disebarkan kepada sejumlah responden yang berkaitan dengan umur, jenis kelamin dan pekerjaan.

1. Jenis Kelamin Responden

Untuk mengetahui lebih jelas mengenai identitas responden, maka berikut ini penulis akan menguraikan mengenai identitas responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel V.1 : Keadaan responden Berdasarkan Jenis Kelamin di Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Perempuan	27	60%
2	Laki-laki	18	40%
Jumlah		45	100%

Sumber : Data olahan penelitian, 2021

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden terdapat seluruhnya 27 orang atau sebesar 60% adalah berjenis kelamin perempuan dan responden berjenis kelamin laki-laki sejumlah 18 orang atau sebesar 40%.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa responden terbanyak dari jenis kelamin perempuan yang diikuti jenis kelamin laki-laki. Dengan demikian jelaslah bahwa penelitian ini sudah terwakili dari jenis kelamin perempuan dan laki-laki, sehingga diharapkan hasil penelitian ini dapat menggambarkan secara objektif mengenai strategi pemasaran jasa terhadap kepuasan pasien rawat inap yang di terapkan Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan.

2. Kelompok Usia Responden

Berdasarkan hasil wawancara dan penyebaran angket yang telah diajukan kepada 45 orang responden, maka dapat diketahui bahwa usia para responden tersebut. Setelah usia responden dipilih dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kelompok usia. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel V.2 : Keadaan Responden Berdasarkan Kelompok Usia di Instalasi Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci

No	Kelompok Usia	Frekuensi	Presentase
1	21-30 Tahun	15	33,3%
2	31-40 Tahun	15	33,3%
3	41-50 Tahun	10	22,2%
4	>51 Tahun	5	11,1%
Jumlah		45	100%

Sumber : Data olahan penelitian, 2021

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden tersebut sejumlah 15 orang atau sebesar 33,3% yang termasuk kelompok usia 21-30 tahun. Untuk kelompok usia

31-40 tahun sebanyak 15 orang atau sebesar 33,3%, dan kelompok usia antara 41-50 tahun sebanyak 10 orang atau sebesar 22,2%, serta kelompok usia di atas 51 tahun sebanyak 5 orang atau sebesar 11,1%.

Dengan demikian jelas bahwa responden pada penelitian ini berada pada tingkat usia yang bervariasi dan yang paling banyak berasal dari tingkatan usia 40 tahun ke bawah. Hasil ini menjelaskan bahwa responden yang juga merupakan pelanggan yang pernah menggunakan jasa Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan .

3. Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan yang dimiliki oleh responden akan berpengaruh terhadap pola pikirnya, responden yang berpendidikan lebih tinggi cenderung akan berpikir lebih maju dan lebih mudah menerima dibanding responden yang berpendidikan lebih rendah. Selanjutnya diuraikan tingkat pendidikan responden yang terdiri dari 45 orang. Untuk lebih jelas, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.3 : Keadaan Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Instalasi

Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SD	8	17,7%
2	SMP/Sederajat	6	13,3%
3	SMA/Sederajat	8	17,7%
4	Strata Satu (S-1)	23	51,1%
Jumlah		45	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebanyak 45 orang yang menjadi responden dalam penelitian ini, untuk responden yang menamatkan pendidikan SD sebanyak 8 orang atau sebesar 17,7%, responden yang memiliki tingkat pendidikan SMP/Sederajat sebanyak 6

orang atau sebesar 13,3%, responden yang memiliki tingkat pendidikan SMA/Sederajat sebanyak 8 orang atau sebesar 17,7%, dan responden dengan pendidikan Strata Satu (S-1) sebanyak 23 orang atau sebesar 51,1%.

Dengan demikian, maka jelas bahwa tingkat pendidikan responden pada penelitian ini berada pada tingkat pendidikan Strata Satu (S1). Di mana dengan tingkat pendidikan yang dimiliki ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang objektif mengenai strategi pemasaran jasa terhadap kepuasan pasien rawat inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan.

4. Pekerjaan Responden

Pekerjaan salah satu faktor yang mempengaruhi pola pikir dan pengembangan terhadap pola pikir dalam memahami dan menilai sesuatu. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui pada tabel berikut :

Tabel V.4 : Keadaan Responden Berdasarkan Pekerjaan di Instalasi Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	6	13,3%
2	IRT	13	28,8%
3	Pegawai Swasta	17	37,7%
4	Wiraswasta	9	20%
Jumlah		45	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 45 orang responden terdapat pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 6 orang atau sebesar 13,3%, pekerjaan sebagai IRT sebanyak 13 orang atau sebesar 28,8%, pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 17

orang atau sebesar 37,7%, serta pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 9 orang atau sebesar 20%.

Dengan demikian jelas bahwa responden pada penelitian ini berada pada pekerjaan Pegawai Swasta. Di mana dengan pekerjaan mempengaruhi tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan kesehatan yang diterimanya karena orang bekerja lebih tinggi harapannya dibandingkan yang tidak bekerja.

5. Status Responden

Status adalah salah satu dari beberapa pilihan yang menggambarkan hubungan seseorang dengan lainnya yang signifikan, seperti menikah dan belum menikah. Berdasarkan yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.5 : Keadaan Responden Berdasarkan Status di Instalasi Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci

No	Status	Frekuensi	Persentase
1.	Menikah	24	53,3%
2.	Belum Menikah	21	46,6%
Jumlah		45	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan tabel diatas bahwa dari 45 orang responden dalam penelitian ini, untuk responden yang sudah menikah sebanyak 24 orang atau sebesar 53,3% dan yang belum menikah sebesar 21 orang atau sebesar 46,6%. Dengan demikian jelas bahwa responden pada penelitian ini lebih banyak yang sudah menikah dibanding yang belum menikah.

B. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan

Strategi pemasaran jasa terhadap kepuasan pasien rawat inap merupakan suatu proses yang dilakukan perusahaan untuk mengelola dan memperbarui serta melakukan strategi untuk mengembangkan suatu perusahaan tersebut. Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci menjadi salah satu perusahaan yang menggunakan strategi pemasaran dalam berbentuk jasa pelayanan dengan memasarkan produk jasa yang ditawarkan oleh calon pasien yang akan berobat ke Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci. Pemasaran jasa yang diterapkan Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci dalam mewujudkan kepuasan pasien di instalasi rawat inap dengan beragam jenis dan strateginya, sehingga pada peneliti ingin melihat strategi pemasaran jasa yang telah dilaksanakan oleh Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci untuk pasien rawat inap.

Adapun Strategi pemasaran jasa terhadap kepuasan pasien rawat inap yang diterapkan menjadi tolak ukur pada penelitian ini adalah :

1. Strategi Pemasaran Jasa (X)

Strategi Pemasaran Jasa alat dasar yang direncanakan untuk mencapai tujuan Rumah Sakit Efarina Etaham dengan meningkatkan pelayanan jasa yang diberikan kepada setiap pasien yang dirawat di ruangan. Berikut Indikator Strategi Pemasaran Jasa yang dilakukan Rumah Sakit Efarina Etaham:

a. Produk

Produk adalah suatu bentuk penawaran jasa yang ditujukan untuk mencapai suatu organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pasien. Dengan demikian jelas bahwa produk dalam penelitian ini yaitu jasa pelayanan yang ditawarkan oleh Rumah Sakit Efarina Etaham untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pasien dalam mengikuti rangkaian kegiatan yang dilakukan rumah sakit.

Selanjutnya penulis akan menjelaskan masing-masing indikator tersebut menurut jawaban dari wawancara terhadap informan yang telah dilakukan sebelumnya dalam penelitian ini, untuk mengetahui tanggapan informan terhadap indikator pengawasan langsung, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.6 : Tanggapan Responden Tentang Produk

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	KB	SKB	
1.	Kamar rawat inap yang lengkap dengan berbagai tipe kamar	20 (44,44%)	21 (46,66%)	4 (8,88%)	-	-	45 (100%)
2.	Dokter spesialis yang lengkap sesuai dengan penyakit yang dialami pasien rawat inap	17 (37,77%)	18 (40%)	10 (22,22%)	-	-	45 (100%)
Jumlah		37	39	14	-	-	90
Rata-rata		18,5	19,5	7	-	-	45
Presentase		41,1%	43,3%	15,5%	-	-	100%
Standar Pengukuran		60%-41%					
Kategori Penilaian		Cukup Baik					

Sumber : Data Olahan Penelitian,2021

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel di atas, maka dapat dijelaskan bahwa indikator produk pada penelitian ini untuk item yang dinilai tentang kamar inap yang lengkap dengan berbagai tipe kamar kategori penilaian sangat baik adalah sebanyak

20 orang dengan presentasi (44,44%). Alasan responden memilih sangat baik dikarenakan rumah sakit efarina etaham sudah memberikan sepenuhnya pelayanan jasa terhadap pasien yang dirawat di ruangan inap. Untuk penilaian baik adalah sebanyak 21 orang dengan peresentase (46,66%), alasan responden memilih kategori baik dikarenakan rumah sakit efarina ethaam sudah memberikan fasilitas yang membuat nyaman pasien dikamar inap. Untuk penilaian cukup baik adalah sebanyak 4 orang dengan persentase (8,88%) , alasan responden kategori cukup baik dikarenakan kurangnya respon cepat perawat ketika pasien rawat inap membutuhkan bantuan .

Untuk item penilaian kedua yaitu dokter spesialis yang lengkap dengan penyakit yang dialami pasien rawat inap, untuk jawaban atau tanggapan responden dari kategori penilaian sangat baik adalah sebanyak 17 orang dengan persentase (37,77%), alasan responden memilih sangat baik dikarenakan dokter menjelaskan tentang riwayat penyakit pasien dengan jelas. Sedangkan untuk kategori penilaian baik adalah sebanyak 18 orang dengan persentase (40%) alasan responden memilih kategori baik karena dokter sangat ramah saat komunikasi dengan pasien rawat inap. Dan untuk kategori penilain cukup baik adalah sebanyak 10 orang dengan persentase (22,22%), alasan responden memilih cukup baik karena adanya keterlambatan dokter saat visit ke ruangan inap pasien .

Dari data diatas disimpulkan bahwa dari 45 responden penelitian untuk indikator produk berada pada kategori Cukup Baik dengan persentase 41,1% atau berada pada rentan skor 60%-40% .

Hasil ini sesuai dengan informasi yang diperoleh dari Ibuk Elvina Setiawati bagian Marketing yang memasarkan Rumah Sakit Efarina Etaham sebagai berikut :

Rumah Sakit Efarina Etaham telah menyediakan berbagai tipe kamar di Instalasi Rawat Inap bagi pasien yang harus dirawat dari mulai kamar inap mulai dari harga Rp 1.200.000 s/d Rp 180.000 per harinya dan Rumah Sakit Efarina Etaham telah menyediakan dokter spesialis yang ahli dalam bidang penyakit yang dialami oleh pasien dan lengkap sesuai dengan penyakit yang dialami pasien (Wawancara pada tanggal 28 Januari 2021).

b. Harga

Harga merupakan biaya/tarif yang harus dikeluarkan pelanggan untuk memperoleh jasa pelayanan yang ditawarkan oleh pihak Rumah Sakit Efarina Etaham . Dengan demikian jelas bahwa harga dalam penelitian ini yaitu tarif untuk membayar jasa yang telah diberikan untuk pasien rawat inap guna memenuhi kepuasan pasien rawat inap di Rumah Sakit Efarina Etaham.

Selanjutnya penulis akan menjelaskan masing-masing indikator tersebut menurut jawaban dari wawancara terhadap informan yang telah dilakukan sebelumnya dalam penelitian ini, untuk mengetahui tanggapan informan terhadap indikator pengawasan langsung, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.7 : Tanggapan Responden Tentang Harga

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	KB	SK B	
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	RS Efarina Etaham mengadakan paket harga (bersalin) dengan harga jauh dari harga normal	30 (66,66%)	13 (28,88%)	2 (4,44%)	-	-	45 (100%)

1	2	3	4	5	6	7	8
2.	RS Efarina Etaham menyediakan paket harga (medical checkup) dengan pelayanan yang baik	27 (60%)	15 (33,33%)	3 (6,66%)	-	-	45 (100%)
Jumlah		57	28	5	-	-	90
Rata-rata		28,5	14	2,5	-	-	45
Presentase		63,3%	31,1%	5,5%		-	100%
Standar Pengukuran		80%-61%					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel di atas, maka dapat dijelaskan bahwa indikator harga pada penelitian ini untuk item yang dinilai tentang paket harga bersalin dengan harga yang jauh dari harga normal kategori penilaian sangat baik adalah sebanyak 30 orang dengan presentasi (66,66%). Alasan responden memilih sangat baik dikarenakan rumah sakit efarina etaham sudah memberikan harga yang benar benar membantu pasien rawat inap yang akan melakukan persalinan. Untuk penilaian baik adalah sebanyak 13 orang dengan peresentase (28,88%), alasan responden memilih kategori baik dikarenakan rumah sakit efarina ethaam sudah memberikan tarif yang bisa memuaskan hati pasien . Untuk penilaian cukup baik adalah sebanyak 2 orang dengan persentase (4,44%) , alasan responden kategori cukup baik dikarenakan kurangnya pelayanan pada saat proses persalinan .

Untuk item penilaian kedua yaitu rumah sakit efraina etaham memberikan tarif medical checkup dengan pelayanan yang baik, untuk jawaban atau tanggapan responden dari kategori penilaian sangat baik adalah sebanyak 27 orang dengan persentase (60%), alasan responden memilih sangat baik dikarenakan bahwasanya benar adanya pelayanan yang diberikan rumah sakit efarina etaham saat pasien checkup. Sedangkan untuk kategori penilaian baik adalah sebanyak 15 orang dengan persentase (33,33%) alasan

responden memilih kategori baik karena dokter telah melakukan pemeriksaan terhadap pasien dengan pelayanan yang bagus. Dan untuk kategori penilai cukup baik adalah sebanyak 3 orang dengan persentase (6,66%), alasan responden memilih cukup baik karena adanya sedikit keterlambatan proses pada saat melakukan pemeriksaan .

Dari data diatas disimpulkan bahwa dari 45 responden penelitian untuk indikator produk berada pada kategori Baik dengan persentase 63,3% atau berada pada rentan skor 80%-61% .

Hasil ini sesuai dengan informasi yang diperoleh dari Ibuk Elvina Setiawati bagian Marketing yang memasarkan Rumah Sakit Efarina Etaham sebagai berikut :

Rumah Sakit Efarina Etaham sudah menyediakan paket harga untuk pasien yang memiliki kemampuan biaya yang minim, paket harga yang kami berikan seperti paket bersalin dan paket medical check up yang jauh dari harga yang normalnya seperti paket gold dengan tarif sebesar Rp 950.000, paket silver dengan tarif sebesar Rp 650.000, dan paket blue drngan tarif sebesar Rp 350.000, dan kami sudah berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar pasien merasa puas dan akan kembali berobat ke rumah sakit efarina etaham (Wawancara pada tanggal 28 Januari 2021).

c. Tempat

Tempat merupakan keputusan distribusi menyangkut akses terhadap jasa bagi para pelanggan yang akan berkunjung ke lokasi tersebut yang menegenai penggunaan perantara untuk meningkatkan aksesibilitas jasa bagi para pelangganya. Tempat juga merupakan penyaluran pelayanan kepada pasien rawat inap dan masyarakat untuk

mendapatkan perawatan yang insentif di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci .

Selanjutnya penulis akan menjelaskan masing-masing indikator tersebut menurut jawaban dari wawancara terhadap informan yang telah dilakukan sebelumnya dalam penelitian ini, untuk mengetahui tanggapan informan terhadap indikator pengawasan langsung, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.8 : Tanggapan Responden Tentang Tempat

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	KB	SK B	
1.	RS Efarina Etaham memiliki ruangan inap yang bersih dan harum	37 (82,22%)	5 (11,11%)	3 (6,66%)	-	-	45 (100%)
2.	RS Efarina Etaham mengantar/menjemput pasien rujukan dengan cepat	36 (80%)	6 (13,33%)	3 (6,66%)	-	-	45 (100%)
Jumlah		73	11	6	-	-	90
Rata-rata		36,5	5,5	3	-	-	45
Presentase		81,1%	12,2%	6,6%	-	-	100%
Standar Pengukuran		81%-100%					
Kategori Penilaian		Sangat Baik					

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel di atas, maka dapat dijelaskan bahwa indikator tempat pada penelitian ini untuk item yang dinilai tentang ruangan yang bersih dan nyaman kategori penilaian sangat baik adalah sebanyak 37 orang dengan presentasi (82,22%). Alasan responden memilih sangat baik dikarenakan rumah sakit efarina etaham sudah menyediakan pegawai untuk membersihkan ruangan inap setiap waktunya. Untuk penilaian baik adalah sebanyak 5 orang dengan persentase (11,11%),

alasan responden memilih kategori baik dikarenakan rumah sakit efarina etaham telah menyediakan ac penyejuk di ruangan agar pasien nyaman.. Untuk penilaian cukup baik adalah sebanyak 3 orang dengan persentase (6,66%) , alasan responden kategori cukup baik dikarenakan kurangnya komunikasi pegawai pembersih ruangan kepada pasien.

Untuk item penilaian kedua yaitu rumah sakit efarina etaham telah menyediakan fasilitas kendaraan (ambulance) untuk pasien mengantar/menjemput pasien rujukan , untuk jawaban atau tanggapan responden dari kategori penilaian sangat baik adalah sebanyak 36 orang dengan persentase (80%), alasan responden memilih sangat baik dikarenakan supir ambulance cepat dalam menjemput/mengantar pasien yang akan dirujuk ke rumah sakit lain. Sedangkan untuk kategori penilaian baik adalah sebanyak 6 orang dengan persentase (13,33%) alasan responden memilih kategori baik karena komunikasi baik supir dengan keluarga pasien . Dan untuk kategori penilain cukup baik adalah sebanyak 3 orang dengan persentase (6,66%), alasan responden memilih cukup baik karena supir kurang mengurangi kecepatan dalam berkendara .

Dari data diatas disimpulkan bahwa dari 45 responden penelitian untuk indikator produk berada pada kategori Baik dengan persentase 81% atau berada pada rentan skor 81%-100% .

Hasil ini sesuai dengan informasi yang diperoleh dari Ibuk Elvina Setiawati bagian Marketing yang memasarkan Rumah Sakit Efarina Etaham sebagai berikut :

Rumah Sakit Efarina Etaham sudah memberikan kenyamanan dan kepuasan terhadap pasien rawat inap dengan membuat ruangan yang steril bersih, rapi, dan tempat tidur yang nyaman. Rumah Sakit Efarina juga menyediakan jasa ambulance untuk

pasien yang gawat darurat untuk diantar atau dijemput ke pihak rumah sakit lain . (Wawancara pada tanggal 28 Januari 2021).

d. Promosi

Promosi merupakan akses terhadap jasa bagi para pelanggan guna untuk mendorong pembelian produk dan meningkatkan kualitas jasa yang akan digunakan oleh pelanggan. Promosi dalam berbentuk jasa pelayanan merupakan suatu kegiatan untuk mengkomunikasikan manfaat jasa pelayanan kesehatan tersebut dengan berbagai jenis jasa yang ditawarkan perusahaan.

Selanjutnya penulis akan menjelaskan masing-masing indikator tersebut menurut jawaban dari wawancara terhadap informan yang telah dilakukan sebelumnya dalam penelitian ini, untuk mengetahui tanggapan informan terhadap indikator pengawasan langsung, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.9 : Tanggapan Responden Tentang Promosi

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	KB	SK B	
1.	Informasi yang terdapat pada brosur yang diberikan RS Efarina Etaham sangat informatif	34 (75,55%)	10 (22,22%)	1 (2,22%)	-	-	45 (100%)
2.	Informasi yang diberikan RS Efarina Etaham melalui website sudah tepat dan lengkap	38 (84,44%)	6 (13,33%)	1 (2,22%)	-	-	45 (100%)
Jumlah		72	16	2	-	-	90
Rata-rata		36	8	1	-	-	45
Presentase		80%	17,7%	2,2	-	-	100%
Standar Pengukuran		80%-61%					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel di atas, maka dapat dijelaskan bahwa indikator promosi pada penelitian ini untuk item yang dinilai tentang informasi yang terdapat pada brosur yang diberikan rumah sakit efarina etaham yang informatif kategori penilaian sangat baik adalah sebanyak 34 orang dengan presentasi (75,55%). Alasan responden memilih sangat baik dikarenakan iklan yang ditawarkan sudah akurat dan jelas .Untuk penilaian baik adalah sebanyak 10 orang dengan peresentase (22,22%), alasan responden memilih kategori baik dikarenakan rumah sakit efarina etaham telah membuat harga dan kontak person dibawah agar mempermudah akses pelayanannya. Untuk penilaian cukup baik adalah sebanyak 1 orang dengan persentase (2,22%) , alasan responden kategori cukup baik dikarenakan kurangnya kerapian pada brosur iklan tersebut.

Untuk item penilaian kedua yaitu informasi yang diberikan rumah sakit efarina etaham melalui website sudah tepat dan lengkap, untuk jawaban atau tanggapan responden dari kategori penilaian sangat baik adalah sebanyak 38 orang dengan persentase (84,44%), alasan responden memilih sangat baik dikarenakan informasi yang ada di website tersebut sudah cukup lengkap dan memudahkan pembaca. Sedangkan untuk kategori penilaian baik adalah sebanyak 6 orang dengan persentase (13,33%) alasan responden memilih kategori baik karena di website lebih lengkap informasinya daripada di brosur. Dan untuk kategori penilain cukup baik adalah sebanyak 1 orang dengan persentase (2,22%), alasan responden memilih cukup baik karena kurangnya petunjuk untuk memilih ikon ketika mencari yang diperlukan .

Dari data diatas disimpulkan bahwa dari 45 responden penelitian untuk indikator produk berada pada kategori Baik dengan persentase 80% atau berada pada rentan skor 80%-61% .

Hasil ini sesuai dengan informasi yang diperoleh dari Ibuk Elvina Setiawati bagian Marketing yang memasarkan Rumah Sakit Efarina Etaham sebagai berikut :

Rumah Sakit Efarina Etaham sudah menyediakan informasi yang lengkap dan jelas pada brosur yang sudah disebar ke masyarakat dengan menawarkan produk layanan jasa yang tersedia pada Rumah Sakit Efarina Etaham. Agar pasien dapat mengerti dan jelas apa saja pelayanan jasa yang akan kami berikan. (Wawancara pada tanggal 28 Januari 2021).

e. Orang (Dokter & Perawat)

Orang merupakan penyedia layanan jasa di Rumah Sakit Efarina Etaham yaitu dokter dan perawat yang langsung memberikan pelayanan untuk pasien rawat inap guna dengan tujuan untuk kesembuhan peyakit yang pasien alami.

Selanjutnya penulis akan menjelaskan masing-masing indikator tersebut menurut jawaban dari wawancara terhadap informan yang telah dilakukan sebelumnya dalam penelitian ini, untuk mengetahui tanggapan informan terhadap indikator pengawasan langsung, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.10 : Tanggapan Responden Tentang Orang (Dokter&Perawat)

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	KB	SK B	
1.	Dokter menjelaskan tentang penyakit pasien dan obat yang akan dikonsumsi	34 (75,55%)	10 (22,22%)	1 (2,22%)	-	-	45 (100%)
2.	Sikap kepedulian yang dimiliki perawat untuk pasien rawat inap	34 (75,55%)	10 (22,22%)	1 (2,22%)	-	-	45 (100%)
Jumlah		68	20	2	-	-	90
Rata-rata		34	10	1	-	-	45
Presentase		75,5%	22,2%	2,2%	-	-	100%
Standar Pengukuran		80%/-61%					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Penelitian,2021

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel di atas, maka dapat dijelaskan bahwa indikator orang (dokter&perawat) pada penelitian ini untuk item yang dinilai tentang dokter menjelaskan tentang penyakit pasien dan obat yang akan dikonsumsi kategori penilaian adalah sebanyak 34 orang dengan presentasi (75,55%). Alasan responden memilih sangat baik dikarenakan benar adanya bahwa dokter telah berhasil membuat pasien rawat inap mengerti dengan penjelasan yang telah .Untuk penilaian baik adalah sebanyak 10 orang dengan persentase (22,22%), alasan responden memilih kategori baik dikarenakan dokter melayani dengan memberikan senyuman kepada pasien rawat inap. Untuk penilaian cukup baik adalah sebanyak 1 orang dengan persentase (2,22%) , alasan responden kategori cukup baik dikarenakan ketidak tepat waktunya dokter saat berkunjung keruangan pasien.

Untuk item penilaian kedua yaitu sikap kepedulian yang dimiliki perawat untuk pasien rawat inap, untuk jawaban atau tanggapan responden dari kategori penilaian sangat baik adalah sebanyak 34 orang dengan persentase (75,55%), alasan responden

memilih sangat baik dikarenakan perawat cepat respon ketika pasien rawat inap memanggil lewat bel yang disediakan. Sedangkan untuk kategori penilaian baik adalah sebanyak 10 orang dengan persentase (22,22%) alasan responden memilih kategori baik karena perawat mengerti apa yang dibutuhkan oleh pasien rawat inap. Dan untuk kategori penilaian cukup baik adalah sebanyak 1 orang dengan persentase (2,22%), alasan responden memilih cukup baik karena kurangnya keramahan perawat saat menanyakan keadaan pasien rawat inap.

Dari data diatas disimpulkan bahwa dari 45 responden penelitian untuk indikator produk berada pada kategori Baik dengan persentase 75,5% atau berada pada rentang skor 80%-61% .

f. Proses

Proses merupakan suatu aktivitas pelayanan dari penerimaan pasien rawat inap masuk sampai pasien rawat inap pulang, proses ini merupakan faktor penting bagi konsumen dikarenakan bersangkutan dengan pelayanan.

Selanjutnya penulis akan menjelaskan masing-masing indikator tersebut menurut jawaban dari wawancara terhadap informan yang telah dilakukan sebelumnya dalam penelitian ini, untuk mengetahui tanggapan informan terhadap indikator pengawasan langsung, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.11 : Tanggapan Responden Tentang Proses

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	KB	SK B	
1.	Administrasi dilakukan sangat cepat dari ruang masuk rawat inap sampai pulang	35 (77,77%)	9 (20%)	1 (2,22%)	-	-	45 (100%)
2.	Kerahasiaan status pasien sangat dirahasiakan sekali oleh pihak RS Efarina Etaham	34 (75,55%)	10 (22,22%)	1 (2,22%)	-	-	45 (100%)
Jumlah		69	19	2	-	-	90
Rata-rata		34,5	9,5	1	-	-	45
Presentase		76,7%	21,1%	2,2%	-	-	100%
Standar Pengukuran		80%-61%					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel di atas, maka dapat dijelaskan bahwa indikator proses pada penelitian ini untuk item yang dinilai tentang administrasi dilakukan sangat cepat dari ruang masuk rawat inap sampai pulang kategori penilaian adalah sebanyak 35 orang dengan presentasi (77,77%). Alasan responden memilih sangat baik dikarenakan benar adanya bahwa administrasi dari saat pasien masuk rawat inap sampai pasien pulang tidak lama .Untuk penilaian baik adalah sebanyak 9 orang dengan peresentase (20%), alasan responden memilih kategori baik dikarenakan pada struck pembayaran lengkap dan terinci dengan rapi. Untuk penilaian cukup baik adalah sebanyak 1 orang dengan persentase (2,22%) , alasan responden kategori cukup baik dikarenakan rpegawai resepsionis kurang senyum.

Untuk item penilaian kedua yaitu kerahasiaan status pasien sangat dirahasiakan sekali oleh pihak rumah sakit Efarina Etaham, untuk jawaban atau tanggapan responden dari kategori penilaian sangat baik adalah sebanyak 34 orang dengan persentase (75,55%), alasan responden memilih sangat baik dikarenakan adanya rekam medik khusus status data pasien yang tersimpan dengan rapi. Sedangkan untuk kategori penilaian baik adalah sebanyak 10 orang dengan persentase (22,22%) alasan responden memilih kategori baik karena data pasien sangat dirahasiakan sebab tidak boleh masuk kecuali pegawai rumah sakit ke dalam ruangan rekam medik tersebut. Dan untuk kategori penilaian cukup baik adalah sebanyak 1 orang dengan persentase (2,22%), alasan responden memilih cukup baik karena kurangnya komunikasi saat pegawai resepsionis menayakan data yang dibutuhkan.

Dari data diatas disimpulkan bahwa dari 45 responden penelitian untuk indikator produk berada pada kategori Baik dengan persentase 76,7% atau berada pada rentan skor 80%-61%.

g. Bukti Fisik

Bukti Fisik merupakan lingkungan fisik tempat pasien dirawat meliputi suana yang nyaman, serta fasilitas umum yang disediakan Rumah Sakit Efarina Etaham seperti atm, masjid, parkir, kantin, dan lift.

Selanjutnya penulis akan menjelaskan masing-masing indikator tersebut menurut jawaban dari wawancara terhadap informan yang telah dilakukan sebelumnya dalam penelitian ini, untuk mengetahui tanggapan informan terhadap indikator pengawasan langsung, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.12 : Tanggapan Responden Tentang Bukti Fisik

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	KB	SK B	
1.	Fasilitas umum yang disediakan RS Efarina Etaham sangat lengkap seperti (atm,mushola,parkir,kantin,dan lift)	33 (73,33%)	9 (20%)	3 (6,66%)	-	-	45 (100%)
2.	Temperatur suhu yang nyaman	32 (71,11%)	10 (22,22%)	3 (6,66%)	-	-	45 (100%)
Jumlah		65	19	6	-	-	90
Rata-rata		32,5	9,5	3	-	-	45
Presentase		72,2%	21,1%	6,6	-	-	100%
Standar Pengukuran		80%-61%					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel di atas, maka dapat dijelaskan bahwa indikator bukti fisik pada penelitian ini untuk item yang dinilai tentang fasilitas umum yang disediakan RS efrina etaham sangat lengkap kategori penilaian adalah sebanyak 33 orang dengan presentasi (73,33%). Alasan responden memilih sangat baik dikarenakan benar adanya bahwa fasilitas yang diberikan rumah sakit efarina etaham sangat lengkap. Untuk penilaian baik adalah sebanyak 9 orang dengan persentase (20%), alasan responden memilih kategori baik dikarenakan fasilitas yang diberikan dapat memudahkan pasien seperti pada saat mau sholat, beli makanan, ke atm, ke lift, bahkan parkir kendaraan. Untuk penilaian cukup baik adalah sebanyak 3 orang dengan

persentase (6,66%) , alasan responden kategori cukup baik dikarenakan tidak adanya satpam yang berjaga di depan atm tersebut.

Untuk item penilaian kedua yaitu temperatur suhu ruangan, untuk jawaban atau tanggapan responden dari kategori penilaian sangat baik adalah sebanyak 32 orang dengan persentase (71,11%), alasan responden memilih sangat baik dikarenakan suhu ruangan yang disediakan sangat nyaman. Sedangkan untuk kategori penilaian baik adalah sebanyak 10 orang dengan persentase (22,22%) alasan responden memilih kategori baik karena suhu ruangan inap pasien dilengkapi dengan aroma wangi pada ruangan . Dan untuk kategori penilaian cukup baik adalah sebanyak 1 orang dengan persentase (2,22%), alasan responden memilih cukup baik karena tidak ada alat pengatur suhu ruangan .

Dari data diatas disimpulkan bahwa dari 45 responden penelitian untuk indikator produk berada pada kategori Baik dengan persentase 72,2% atau berada pada rentan skor 80%-61% .

C. Indikator Kepuasan Pasien (Y)

Kepuasan pasien adalah suatu bentuk perasaan seseorang pasien rawat inap yang telah merasakan jasa pelayanan yang diberikan oleh tim medis karena terpenuhinya harapan atau keinginan dalam menggunakan ataupun menerima pelayanan. Berikut Indikator dari Kepuasan pasien :

1. Kinerja

Kinerja merupakan hasil nyata dari sebuah pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit efarina etaham terhadap pasien rawat inap . Dalam penelitian ini dimensi kinerja

memiliki indikator yaitu kepuasan atas kemampuan rumah sakit efarina dalam melayani pasien dengan tepat, dan kepuasan atas kesigapan pegawai dalam melayani pasien.

Selanjutnya penulis akan menjelaskan masing-masing indikator tersebut menurut jawaban dari wawancara terhadap informan yang telah dilakukan sebelumnya dalam penelitian ini, untuk mengetahui tanggapan informan terhadap indikator pengawasan langsung, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.13 : Tanggapan Responden Tentang Kinerja

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	KB	SKB	
1.	Akses pelayanan mudah ditemukan oleh pasien	38 (84,44%)	7 (15,55%)	-	-	-	45 (100%)
2.	Dokter di RS Efarina Etaham selalu maksimal daklam melayani pemulihan pasien rawat inap.	38 (84,44%)	7 (15,55%)	-	-	-	45 (100%)
3.	Perawat selalu memahami keinginan pasein rawat inap	33 (73,33%)	12 (26,66%)	-	-	-	45 (100%)
4.	Petugas apoteker menyampaikan aturan obat dengan jelas	35 (77,7%)	10 (22,22%)	-	-	-	45 (100%)
Jumlah		144	36	-	-	-	180
Rata-rata		36	9	-	-	-	45
Presentase		80%	20%	-	-	-	100%
Standar Pengukuran		80%-61%					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Penelitian,2021

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel di atas, maka dapat dijelaskan bahwa indikator kinerja pada penelitian ini untuk item yang dinilai tentang akses pelayanan mudah ditemukan oleh pasien kategori penilaian adalah sebanyak 38 orang dengan presentasi (84,44%). Alasan responden memilih sangat baik dikarenakan bahwa sudah banyak yang kenal rumah sakit efraina etaham tersebut. Untuk penilaian baik adalah sebanyak 7 orang dengan peresentase (15,55%), alasan responden memilih

kategori baik dikarenakan rumah sakit efarina sangat terjangkau di cari karena dekat dengan pemukiman penduduk .

Untuk item penilaian kedua yaitu sikap dokter selalu maksimal dalam melayani pemulihan pasien rawat inap kategori penilaian sangat baik adalah sebanyak 38 orang dengan persentase (84,44%), alasan responden memilih sangat baik dikarenakan dokter sangat ramah saat komunikasi dengan pasien rawat inap. Sedangkan untuk kategori penilaian baik adalah sebanyak 7 orang dengan persentase (15,55%) alasan responden memilih kategori baik karena dokter sharing dengan pasien membuat pasien senang .

Untuk item penilaian ketiga yaitu perawat selalu memahami keinginan pasien rawat inap kategori penilaian sangat baik adalah sebanyak 33 orang dengan persentase (73,33%), alasan responden memilih sangat baik dikarenakan perawat selalau siap menolong ketika pasien rawat inap memanggil. Sedangkan untuk kategori penilaian baik adalah sebanyak 12 orang dengan persentase (26,66%) alasan responden memilih kategori baik karena perawat first menanyakan apa yang pasien rawat inap butuhkan .

Untuk item penilaian keempat yaitu petugas apoteker menyampaikan aturan obat dengan jelas kategori penilaian sangat baik adalah sebanyak 35 orang dengan persentase (77,77%), alasan responden memilih sangat baik dikarenakan pegawai apoteker menjelaskan dengan baik ketika pengambilan obat. Sedangkan untuk kategori penilaian baik adalah sebanyak 10 orang dengan persentase (22,22%) alasan responden memilih kategori baik karena obat yang diberikan sudah dijelaskan aturan pakainya .

Dari data diatas disimpulkan bahwa dari 45 responden penelitian untuk indikator kinerja berada pada kategori Baik dengan persentase 80% atau berada pada rentan skor 80%-61% .

2. Harapan

Harapan adalah perkiraan atau keyakinan pasien mengenai apa yang akan diterimanya. Dimensi harapan memiliki indikator yaitu kepuasan atas terpenuhinya harapan pasien dan kepuasan atas kemampuan rumah sakit Efarina Etaham melayani pasien dibandingkan dengan pesaing.

Selanjutnya penulis akan menjelaskan masing-masing indikator tersebut menurut jawaban dari wawancara terhadap informan yang telah dilakukan sebelumnya dalam penelitian ini, untuk mengetahui tanggapan informan terhadap indikator pengawasan langsung, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.14 : Tanggapan Responden Tentang Harapan

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	KB	SK B	
1.	Fasilitas yang disediakan oleh RS Efarina Etaham sudah lengkap	33 (73,33%)	12 (26,66%)	-	-	-	45 (100%)
2.	Sikap dokter baik saat melakukan pemeriksaan keluhan pasien rawat inap	26 (57,77%)	19 (42,22%)	-	-	-	45 (100%)
3.	Makanan yang diberikan enak dan tepat waktu pada saat pengantaran ke ruangan pasien rawat inap	24 (53,33%)	21 (46,66%)	-	-	-	45 (100%)
Jumlah		83	52	-	-	-	135
Rata-rata		27,7	17,3	-	-	-	45
Presentase		61,5%	38,4%	-	-	-	100%
Standar Pengukuran		80%-61%					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel di atas, maka dapat dijelaskan bahwa indikator harapan pada penelitian ini untuk item yang dinilai tentang fasilitas yang

disediakan oleh RS Efarina Etaham sudah lengkap kategori penilaian adalah sebanyak 33 orang dengan presentasi (73,3%). Alasan responden memilih sangat baik dikarenakan bahwa banyak fasilitas yang disediakan oleh rumah sakit efarina etaham untuk pengunjung. Untuk penilaian baik adalah sebanyak 12 orang dengan persentase (26,66%), alasan responden memilih kategori baik dikarenakan rumah sakit efarina sudah menyediakan fasilitas yang sangat dibutuhkan oleh pengunjung maupun pasien yang akan berobat ke rumah sakit efarina etaham .

Untuk item penilaian kedua sikap dokter baik saat melakukan pemeriksaan keluhan pasien rawat inap kategori penilaian sangat baik adalah sebanyak 26 orang dengan persentase (57,77%), alasan responden memilih sangat baik dikarenakan dokter sangat ramah saat komunikasi dengan pasien rawat inap. Sedangkan untuk kategori penilaian baik adalah sebanyak 19 orang dengan persentase (42,22%) alasan responden memilih kategori baik karena dokter sharing dengan pasien membuat pasien senang .

Untuk item penilaian ketiga yaitu makanan yang diberikan enak dan tepat waktu pada saat pengantaran ke ruangan pasien rawat inap kategori penilaian sangat baik adalah sebanyak 24 orang dengan persentase (53,33%), alasan responden memilih sangat baik dikarenakan makanan yang diberikan sangat sehat. Sedangkan untuk kategori penilaian baik adalah sebanyak 12 orang dengan persentase (46,66%) alasan responden memilih kategori baik karena makanan yang diberikan sangat bersih dan tertata rapi .

Dari data diatas disimpulkan bahwa dari 45 responden penelitian untuk indikator produk berada pada kategori Baik dengan persentase 61,5% atau berada pada rentan skor 80%-61% .

Tabel V.15 : Rekapitulasi Hasil Penelitian Tentang Indikator Strategi Pemasaran Jasa (X)

No	Indikator Strategi Pemasaran Jasa (X)	Kriteria Jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	KB	SKB	
1.	Produk	18,5	19,5	7	-	-	45
2.	Harga	28,5	14	2,5	-	-	45
3.	Tempat	36,5	5,5	3	-	-	45
4.	Promosi	36	8	1	-	-	45
5.	Orang	34	10	1	-	-	45
6.	Proses	34,5	9,5	1	-	-	45
7.	Bukti Fisik	32,5	9,5	3	-	-	45
Jumlah		220,5	76	18,5	-	-	315
Rata-rata		31,5	10,8	2,6	-	-	45
Persentase		70%	24%	5,7%	-	-	100%
Standar Pengukuran		80%-61%					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Penelitian,2021

Berdasarkan tabel rekapitulasi pada indikator Strategi Pemasaran Jasa pada penelitian ini secara keseluruhan dikatakan sudah baik atau sebesar 70% dalam strategi pemasaran jasa yang dijalankan Rumah Sakit Efarina Etaham. Di mana Rumah Sakit Efarina Etaham telah menetapkan berbagai tahap strategi pemasaran untuk menarik hati pasien agar menggunakan pelayanan jasa yang diberikan. Dengan adanya strategi pemasaran jasa yang baik, menyebabkan pasien yang akan berobat menggunakan jasa yang diberikan Rumah Sakit Efarina Etaham akan merasakan puas dan nyaman.

Tabel V.16 : Rekapitulasi Hasil Penelitian Tentang Indikator Kepuasan Pasien (Y) Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan

No	Indikator Kepuasan Pasien Rawat Inap	Kriteria Jawaban					Jumlah
		SB	B	CB	KB	SKB	
1.	Kinerja	36	9	-	-	-	45
2.	Harapan	27,7	17,3	-	-	-	45
	Jumlah	63,7	26,3	0,25	-	-	315
	Rata-rata	31,85	13,15	0,125	-	-	45
	Persentase	70,7%	29,2%	0,27%	-	-	100%
	Standar Pengukuran	80%-61%					
	Kategori Penilaian	Baik					

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan tabel rekapitulasi pada indikator Kepuasan Pasien pada penelitian ini secara keseluruhan dikatakan sudah baik atau sebesar 70,7% dalam kepuasan pasien yang diberikan Rumah Sakit Efarina Etaham. Di mana Rumah Sakit Efarina Etaham telah menetapkan berbagai tahap bentuk pelayanan jasa yang diberikan dokter dan perawat saat merawat dan memenuhi apa yang diinginkan pasien selama di rawat di Rumah Sakit Efarin Etaham. Dengan adanya kepuasan pelanggan yang baik menyebabkan pasien yang telah berobat merasa sudah puas akan pelayanan jasa yang rumah sakit berikan .

D. Uji Instrument Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti melalui penyebaran kuesioner kepada para responden melalui variabel Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham maka perlu diuji kelayakan dari variabel dan indikator-indikator tersebut, atau dapat dikatakan sebagai pengujian kualitas data yang bertujuan untuk menentukan batas-batas kebenaran atau ketepatan alat

ukur (kuesioner) suatu indikator variabel penelitian yang dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Uji Validitas Data

Berkaitan dengan pengujian validitas instrument, Bawono (2006:68) menjelaskan bahwa yang dimaksud validitas yaitu pengukuran yang menunjukkan valid atau tidaknya suatu kuesioner tersebut. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Pengukuran validitas instrument menggunakan korelasi produk moment dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$) dengan cara mengkolerasikan skor masing-masing item dengan skor totalnya. Uji validitas yang ditentukan pada penelitian ini berjumlah 45 orang responden. Kemudian untuk menentukan r tabel digunakan rumus: $df=n-2$, berarti $45-2 = 43$. Dari r tabel uji dua arah untuk $\alpha = 5\%$ diketahui nilai r tabel sebesar 0,294.

Kemudian untuk mendapatkan nilai koefesien kolerasi r_{hitung} dari item pertanyaan (instrument) yang digunakan untuk variabel Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, diperoleh hasil output SPSS dan nilai r_{tabel} yang disajikan pada tabel berikut ini :

a. Uji Validitas Data Strategi Pemasaran Jasa

Hasil uji validitas data variabel strategi pemasaran jasa dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.17 : Hasil Pengujian Validitas Data Strategi Pemasaran Jasa

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	2	3	4	5
Produk (X1)	Pertanyaan 1	0,812	0,294	Valid
	Pertanyaan 2	0,883	0,294	Valid
Harga (X2)	Pertanyaan 3	0,915	0,294	Valid
	Pertanyaan 4	0,928	0,294	Valid
Tempat (X3)	Pertanyaan 5	0,853	0,294	Valid
	Pertanyaan 6	0,859	0,294	Valid
Promosi (X4)	Pertanyaan 7	0,663	0,294	Valid
	Pertanyaan 8	0,710	0,294	Valid
Orang (X5)	Pertanyaan 9	0,846	0,294	Valid
	Pertanyaan 10	0,936	0,294	Valid
Proses (X6)	Pertanyaan 11	0,857	0,294	Valid
	Pertanyaan 12	0,864	0,294	Valid
1	2	3	4	5
Bukti Fisik (X7)	Pertanyaan 13	0,857	0,294	Valid
	Pertanyaan 14	0,860	0,294	Valid

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan tabel diatas terlihat secara keseluruhan bahwa item dari setiap pernyataan variabel strategi pemasaran jasa tergolong valid dengan rincian 14 pertanyaan, setelah dilakukan uji validitas tidak terdapat item yang memiliki nilai korelasi lebih kecil dari 0,294 yang terbukti dari nilai koefisien korelasi *product moment* terendah yaitu 0,000 lebih besar dari r_{hitung} 0,294 maka seluruh item dinyatakan tidak valid. Oleh karena itu, angkatnya strategi pemasaran jasa dinyatakan valid atau layak digunakan sebagai data hasil penelitian.

b. Uji Validitas Data Kepuasan Pasien

Hasil uji validitas data variabel kepuasan pasien dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.18 : Hasil Pengujian Validitas Data Kepuasan Pasien

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kinerja (Y1)	Pertanyaan 1	0,558	0,294	Valid
	Pertanyaan 2	0,558	0,294	Valid
	Pertanyaan 3	0,868	0,294	Valid
	Pertanyaan 4	0,873	0,294	Valid
Harapan (Y2)	Pertanyaan 5	0,868	0,294	Valid
	Pertanyaan 6	0,723	0,294	Valid
	Pertanyaan 7	0,678	0,294	Valid

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat secara keseluruhan item pada pernyataan keputusan pembelian tergolong valid dengan rincian 7 pernyataan, setelah dilakukan pengujian validitas tidak terdapat item yang memiliki nilai korelasi lebih kecil dari 0,294 yang terbukti nilai koefisien korelasi *product moment* terendah yaitu 0,000 lebih besar dari r hitung 0,294. Oleh karena itu, angkatnya keputusan pasien dinyatakan valid atau layak digunakan sebagai data hasil penelitian .

2. Uji Reablilitas

Uji reablitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Untuk mengukur reabilitas menggunakan uji statistik *cronbach alpha*, suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6. Hasil uji reabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.19 : Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Reabilitas	Keterangan
1	Produk (X1)	0,604	0,60	Reliabel
2	Harga (X2)	0,821	0,60	Realibel
3	Tempat (X3)	0,636	0,60	Realibel
4	Promosi (X4)	0,892	0,60	Realibel
5	Orang (X5)	0,714	0,60	Realibel
6	Proses (X6)	0,649	0,60	Realibel
7	Bukti Fisik (X7)	0,644	0,60	Realibel
8	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,857	0,60	Reliabel

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan tabel diatas terlihat jelas bahwa variabel strategi pemasaran jasa mempunyai nilai cronbach alpha perindikator yaitu Produk (X1) sebesar 0,604, Harga (X2) sebesar 0,821, Tempat (X3) sebesar 0,636, Promosi (X4) sebesar 0,892, Orang (X5) sebesar 0,714, Proses (X6) sebesar 0,649, Bukti Fisik (X7) sebesar 0,644, dan variabel kepuasan pelanggan mempunyai nilai cronbach alpha sebesar 0,857. Berdasarkan hasil uji reabilitas tersebut maka dapat disimpulkan bahwa data variabel strategi pemasaran jasa dan kepuasan pasien dinyatakan realibel dan memiliki kekonsistenan dalam pengumpulan data.

3. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2009). Hasil penelitian analisis statistik deskriptif sebagai berikut :

Tabel V.20
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Product (X1)	45	6	10	8.51	1.199
Price (X2)	45	6	10	9.16	1.107
Place (X3)	45	6	10	9.49	.991
Promotion (X4)	45	6	10	9.56	.813
People (X5)	45	6	10	9.47	.842
Process (X6)	45	6	10	9.49	.843
Physical Evidence (X7)	45	6	10	9.31	1.041
Kepuasan (Y)	45	28	35	32.96	2.256
Valid N (listwise)	45				

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Berikut penjelasan tabel diatas :

1. Product (X1) memiliki rata-rata (*mean*) dari 45 data obeservasi sebesar 8,51 dengan standar deviasi sebesar 1,199. Nilai minimum sebesar 6, dan nilai maksimum sebesar 10.
2. Price (X2) memiliki rata-rata (*mean*) dari 45 data obeservasi sebesar 9,16 dengan standar deviasi sebesar 1,107. Nilai minimum sebesar 6, dan nilai maksimum sebesar 10.
3. Place (X3) memiliki rata-rata (*mean*) dari 45 data obeservasi sebesar 9,49 dengan standar deviasi sebesar 0,991. Nilai minimum sebesar 6, dan nilai maksimum sebesar 10.
4. Promotion (X4) memiliki rata-rata (*mean*) dari 45 data obeservasi sebesar 9,56 dengan standar deviasi sebesar 0,813. Nilai minimum sebesar 6, dan nilai maksimum sebesar 10.
5. People (X5) memiliki rata-rata (*mean*) dari 45 data obeservasi sebesar 9,47 dengan standar deviasi sebesar 0,842. Nilai minimum sebesar 6, dan nilai maksimum sebesar 10.

6. Process (X6) memiliki rata-rata (*mean*) dari 45 data obeservasi sebesar 9,49 dengan standar deviasi sebesar 0,843. Nilai minimum sebesar 6, dan nilai maksimum sebesar 10.
7. Physical Evidance (X7) memiliki rata-rata (*mean*) dari 45 data obeservasi sebesar 9,31 dengan standar deviasi sebesar 1,041. Nilai minimum sebesar 6, dan nilai maksimum sebesar 10.
8. Kepuasan pasien (Y) memiliki rata-rata (*mean*) dari 45 data obeservasi sebesar 32,96 dengan standar deviasi sebesar 2,256. Nilai minimum sebesar 28, dan nilai maksimum sebesar 35.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terikat untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linear, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error (ϵ) yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik yaitu model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan Test of Normality Kologorov- Smirnov dalam program SPSS. Berikut hasil pengujian yang diperoleh dapat dilihat pada Tabel V.17 berikut :

Tabel V.21
Hasil Uji Normalitas

Hasil One Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.94853007
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.070
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2021

Data dapat dikatakan berdistribusi normal ketika nilai $sig > 0,05$. Maka dapat disimpulkan hasil pengujian tabel diatas menunjukkan bahwa nilai sig yang diperoleh adalah sebesar 0,200, nilai tersebut jelas lebih besar dari pada 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah suatu situasi dimana beberapa atau semua variabel independen saling berkorelasi tinggi. Jika terdapat korelasi yang sempurna di antara variabel independen sehingga nilai koefisien korelasi di antara sesama variabel independen ini sama dengan satu. Jika nilai VIF kurang atau sama dengan 10 (Gujarati, 2003;363) maka diantara variabel independen tidak multikolinieritas, Nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) yang terdapat pada masing-masing variabel penelitian ini seperti pada tabel berikut :

Tabel V.22
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Product (X1)	.719	1.391
	Price (X2)	.887	1.127
	Place (X3)	.519	1.928
	Promotion (X4)	.861	1.161
	People (X5)	.843	1.186
	Process (X6)	.845	1.183
	Physical Evidence (X7)	.696	1.437

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

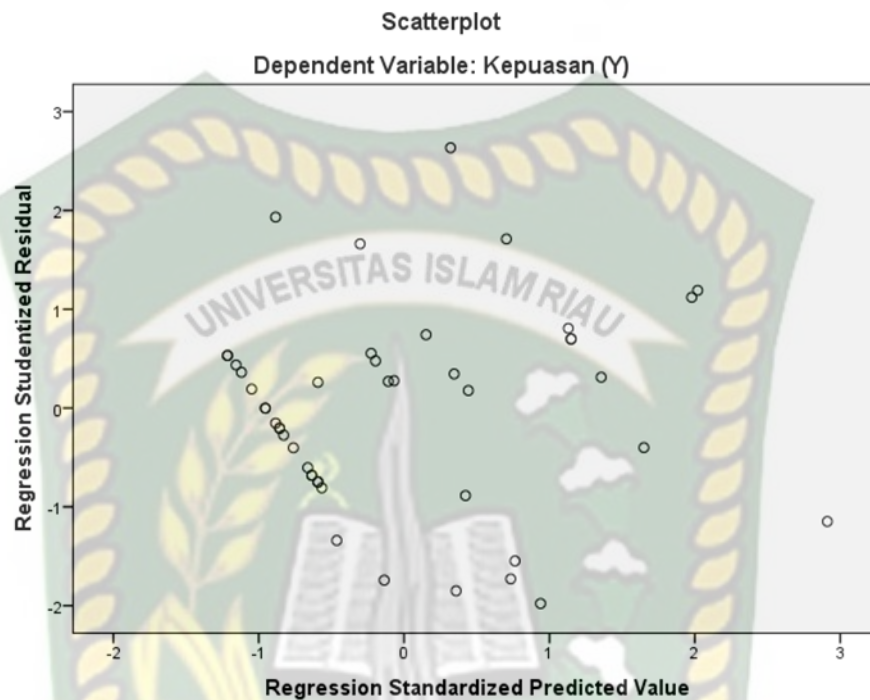
Sumber : Data Olahan Penelitian,2021

Dari tabel *Coeffecients* pada kolom *Collinearity Statistics*, diperoleh bahwa semua variabel bebas, memiliki nilai VIF masing masing dibawah nilai 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas telah terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas dengan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* kurang dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan agar koefesien-koefesien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji-rank Spearman (Gujarati 2003;406) yaitu dengan mengkorelasikan variabel bebas terhadap nilai absolut dan residual (error) signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen). Berikut ini grafik scatterplot terlihatv pada gambar V.18 sebagai berikut :

Tabel V.23
Hasil Uji Heteroscedasitas



Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan data diatas bahwa dapat kita lihat plot tidak membentuk pola tertentu atau data menyebar secara acak. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas data sehingga asumsi persamaan regresi yang baik terpenuhi.

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi digunakan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masinhg-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Untuk mengetahui apakah pada model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan D-W (Durbin Watson). Berikut hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada Tabel V.19 berikut :

Tabel V.24
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.907 ^a	.823	.790	1.034	2.260

a. Predictors: (Constant), Physical Evidence (X7), Price (X2), People (X5), Promotion (X4), Process (X6), Product (X1), Place (X3)

b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

1. Uji Statistik

Nilai Durbin Watson (DW) 2,260

dL = 1.1890

dU = 1.8952

4-dL = 2,1048

4-dU = 2,811

Nilai DW terletak diantara dU dan 4-dU

2. Keputusan

Hasil perhitungan diatas bahwa nilai DW sebesar 2,260 terletak diantara nilai du dan (4-du) sebesar 1,8952 dan 2,811 ($du < DW < 4-du$) maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

5. Pengujian Hipotesis

A. Analisis regresi linier berganda

Model regresi linear berganda dapat disimpulkan layak digunakan dalam penelitian ini, karena telah terbebas dari masalah normalitas data, dan asumsi klasik yang

berupa multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Hasil pengujian regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel V.20 berikut :

Tabel V.25
Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.615	.958		-2.730	.010
Product (X1)	.594	.155	.312	3.833	.000
Price (X2)	.934	.150	.458	6.244	.000
Place (X3)	.714	.224	.306	3.193	.003
Promotion (X4)	.339	.166	.152	2.041	.048
People (X5)	.396	.185	.161	2.136	.039
Process (X6)	.735	.201	.275	3.651	.001
Physical Evidence (X7)	.533	.180	.246	2.966	.005

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil regresi linear berganda pada tabel diatas model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = -2,615 + 0,594 X1 + 0,934 X2 + 0,714 X3 + 0,339 X4 + 0,396 X5 + 0,735 X6 + 0,533 X7 + e$$

Persamaan regresi dapat menjelaskan bagaimana bentuk pengaruh dari setiap variabel bebas pada variabel terikat, interpretasi yang dapat dijelaskan dari model regresi yang terbentuk diatas :

1. Nilai koefisien regresi Produk (X1) 0,594 artinya adalah bahwa apabila product meningkat, maka kepuasan pasien juga akan meningkat dengan asumsi variabel yang lain bernilai konstan (*ceteris paribus*).
2. Nilai koefisien regresi Harga (X2) 0,934 artinya adalah bahwa apabila price meningkat, maka kepuasan pasien juga akan meningkat dengan asumsi variabel yang lain bernilai konstan (*ceteris paribus*).

3. Nilai koefisien regresi Tempat (X3) 0,714 artinya adalah bahwa apabila place meningkat, maka kepuasan pasien juga akan meningkat dengan asumsi variabel yang lain bernilai konstan (*ceteris paribus*).
4. Nilai koefisien regresi Promosi (X4) 0,339 artinya adalah bahwa apabila promotion meningkat, maka kepuasan pasien juga akan meningkat dengan asumsi variabel yang lain bernilai konstan (*ceteris paribus*).
5. Nilai koefisien regresi Orang (X5) 0,396 artinya adalah bahwa apabila people meningkat, maka kepuasan pasien juga akan meningkat dengan asumsi variabel yang lain bernilai konstan (*ceteris paribus*).
6. Nilai koefisien regresi Proses (X6) 0,735 artinya adalah bahwa apabila process meningkat, maka kepuasan pasien juga akan meningkat dengan asumsi variabel yang lain bernilai konstan (*ceteris paribus*).
7. Nilai koefisien regresi Bukti Fisik (X7) 0,533 artinya adalah bahwa apabila physical evidence meningkat, maka kepuasan pasien juga akan meningkat dengan asumsi variabel yang lain bernilai konstan (*ceteris paribus*).
8. Standar error (e) merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas yang mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan.

B. Uji F (Simultan)

Uji Hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan secara simultan atau keseluruhan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel intervening yaitu Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan

Pasien Rawat Inap . Hasil pengujian Uji F dapat dilihat pada Tabel V.21 sebagai berikut

:

Tabel V.26
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	184.324	7	26.332	24.611	.000 ^b
	Residual	39.587	37	1.070		
	Total	223.911	44			

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

b. Predictors: (Constant), Physical Evidence (X7), Price (X2), People (X5), Promotion (X4), Process (X6), Product (X1), Place (X3)

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Diketahui F hitung sebesar 24,611 dengan signifikansi 0,000. F tabel dapat diperoleh sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 F_{\text{tabel}} &= n - k - 1 ; k \\
 &= 45 - 7 - 1 ; 7 \\
 &= 37 ; 7 \\
 &= 2,22
 \end{aligned}$$

Keterangan n : jumlah sampel
 k : jumlah variabel bebas
 1 : konstan

Dengan demikian diketahui F hitung (24,611) > F tabel (2,22) dengan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya adalah variable X1,X2,X3,X4,X5,X6,X7 berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Y.

C. Uji T

Uji hipotesis ini dilakukan untuk menghitung tingkat signifikan secara parsial atau satu satu pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat kesalahan yang dapat ditolelir atau tingkat signifikansinya dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 5%. Hasil Pengujian Uji T dapat dilihat pada Tabel V.22 sebagai berikut :

Tabel V.27
Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.615	.958		-2.730	.010
Product (X1)	.594	.155	.312	3.833	.000
Price (X2)	.934	.150	.458	6.244	.000
Place (X3)	.714	.224	.306	3.193	.003
Promotion (X4)	.339	.166	.152	2.041	.048
People (X5)	.396	.185	.161	2.136	.039
Process (X6)	.735	.201	.275	3.651	.001
Physical Evidence (X7)	.533	.180	.246	2.966	.005

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai t tabel pada taraf signifikansi 5 % (2-tailed) dengan Persamaan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 t \text{ tabel} &= n - k - 1 ; \alpha/2 \\
 &= 45 - 7 - 1 ; 0,05/2 \\
 &= 37 ; 0,025 \\
 &= \pm 2.02619
 \end{aligned}$$

Keterangan n : jumlah sampel

k : jumlah variabel bebas

1 : konstan

Dengan demikian maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Nilai t hitung variabel Produk (X1) sendiri sebesar $3.833 < t \text{ tabel } (2.02619)$ dengan signifikansi $(0.000) < 0.05$. Artinya adalah bahwa Produk (X1) berpengaruh positif signifikan Kepuasan Pasien (Y).
2. Nilai t hitung variabel Harga (X2) sendiri sebesar $6.244 < t \text{ tabel } (2.02619)$ dengan signifikansi $(0.000) < 0.05$. Artinya adalah bahwa Harga (X2) berpengaruh positif signifikan Kepuasan Pasien (Y).
3. Nilai t hitung variabel Tempat (X3) sendiri sebesar $3.193 < t \text{ tabel } (2.02619)$ dengan signifikansi $(0.003) < 0.05$. Artinya adalah bahwa Tempat (X3) berpengaruh positif signifikan Kepuasan Pasien (Y).
4. Nilai t hitung variabel Promosi (X4) sendiri sebesar $2.041 < t \text{ tabel } (2.02619)$ dengan signifikansi $(0.048) < 0.05$. Artinya adalah bahwa Promosin (X4) berpengaruh positif signifikan Kepuasan Pasien (Y).
5. Nilai t hitung variabel Orang (X5) sendiri sebesar $2.136 < t \text{ tabel } (2.02619)$ dengan signifikansi $(0.039) < 0.05$. Artinya adalah bahwa Orang (X5) berpengaruh positif signifikan Kepuasan Pasien (Y).
6. Nilai t hitung variabel Proses (X6) sendiri sebesar $3.651 < t \text{ tabel } (2.02619)$ dengan signifikansi $(0.001) < 0.05$. Artinya adalah bahwa Proses (X6) berpengaruh positif signifikan Kepuasan Pasien (Y).
7. Nilai t hitung variabel Bukti Fisik (X7) sendiri sebesar $2.966 < t \text{ tabel } (2.02619)$ dengan signifikansi $(0.005) < 0.05$. Artinya adalah bahwa Bukti Fisik (X7)

berpengaruh positif signifikan Kepuasan Pasien (Y).

D. Uji Determinasi (R square)

Koefisien determinasi sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varian dari variabel terikatnya. Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien Korelasi (R) . Koefisien determinasi yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap dependen yang dinyatakan dalam persentasi. Hasil Pengujian determinasi (r square) dapat dilihat pada tabel V.23 sebagai berikut :

Tabel V.28
Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.907 ^a	.823	.790	1.034	2.260

a. Predictors: (Constant), Physical Evidence (X7), Price (X2), People (X5), Promotion (X4), Process (X6), Product (X1), Place (X3)

b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

Dari hasil perhitungan pada tabel diatas nilai Adjusted R Square 0.790 adalah bahwa persentase 79,0% variable pengaruh strategi pemasaran jasa yang dipengaruhi oleh variabel kepuasan pasien , Sedangkan sisanya 21% strategi pemasaran jasa dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini .

6. Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh masing-masing variabel independen (strategi pemasaran jasa) dan variabel dependen (kepuasan pasien) dapat dijelaskan sebagai berikut .

Dari seluruh hasil pengujian yang dilakukan telah terbukti bahwa strategi pemasaran jasa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Efarina Etham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan ($P \text{ value} < 0,05$). Strategi pemasaran jasa merupakan faktor yang perlu diperhitungkan dalam kepuasan pasien. Semakin baik pelaksanaan strategi pemasaran jasa yang diberikan, maka pasien akan semakin menunjukkan rasa puasnya kepada Rumah Sakit Efarina Etaham. Dari hasil pengujian yang dilakukan telah terbukti bahwa strategi pemasaran jasa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan. Ini ditunjukkan dengan hasil jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan.

Pada Item Produk (X1), 18,5% responden menyatakan sangat baik bahwa pelanggan sangat mengharapkan kualitas produk pelayanan yang terbaik yang dikeluarkan oleh Rumah Sakit Efarina Etaham, sedangkan sebanyak 19,5% memilih baik dan sebanyak 7% memilih cukup baik. Pada item Harga (X2), 28,5% responden menyatakan sangat baik bahwa pasien mengharapkan harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas pelayanan jasanya, sedangkan sebanyak 14% memilih baik dan sebanyak 2,5% memilih cukup baik. Pada item Tempat (X3), 36,5% responden menyatakan sangat baik bahwa pasien mengharapkan ruangan inap yang akan ditempati steril dan bersih, sedangkan sebanyak 5,5% memilih baik dan sebanyak 3% memilih cukup baik. Pada item Promosi (X4), 36% responden menyatakan sangat baik bahwa mengharapkan iklan produk pelayanan jasa yang ada di rumah sakit dibuat dengan informasi yang lengkap dan akurat agar memudahkan pasien, sedangkan 8% memilih baik dan sebanyak 1% menyatakan cukup baik. Pada item Orang (X5), 34% responden

menyatakan sangat baik bahwa pasien mengharapkan sikap kepedulian dan tindakan dokter dilakukan dengan baik, sedangkan sebanyak 10% memilih baik dan sebanyak 1% menyatakan cukup baik. Pada item Proses (X6), 34,5% responden menyatakan sangat baik bahwa pasien mengharapkan administrasi yang cepat saat melakukan pembayaran, sedangkan 9,5% memilih baik dan sebanyak 1% menyatakan cukup baik. Pada item Bukti Fisik (X7), 32,5% responden menyatakan sangat baik bahwa pasien mengharapkan fasilitas umum yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pasien, sedangkan 9,5% memilih baik dan 3% menyatakan cukup baik.

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa pada variabel strategi pemasaran jasa masing-masing item pertanyaan sebgaiian besar responden menjawab sangat baik. Hal ini sejalan sesuai dengan pengujian hipotesa satu yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara strategi pemasaran jasa dengan kepuasan pasien pada Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci yang ditunjukkan pada *P value* 0,000 yang lebih kecil dari signifikan 5%, sehingga pada akhirnya strategi pemasaran jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Efarina Etaham.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pada pengujian terhadap 45 responden pasien Rumah Sakit Efarina Etaham adanya bukti untuk menolak H_0 bahwa strategi pemasaran jasa tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Efarina Etaham. Dan menerima H_1 bahwa adanya pengaruh yang signifikan pada variabel strategi pemasaran jasa terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Efarina Etaham.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan pembahasan pada bab-bab sebelumnya , maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan strategi bauran pemasaran jasa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap sebesar 79,0% , hal ini disebabkan oleh indikator 7p yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), *physical evidence* (bukti fisik) .
2. Masih terdapatnya kelemahan dalam menerapkan strategi pemasaran jasa terhadap kepuasan pasien rawat inap di rumah sakit efarina etaham di pangkalan kerinci kabupaten pelalawan yang masih belum maksimal dalam melayani pasien terkait dengan indikator produk .
 - a. Untuk pelayanan ketika keluarga pasien berkunjung ke ruangan pasien rawat inap saat ini masih cukup baik, dikarenakan kurangnya kepedulian perawat dalam melayani keluarga pasien yang sedang mencari kamar inap pasien .
 - b. Untuk pelayanan dokter pada saat visit ke ruangan pasien rawat inap , yang peneliti dapati dari hasil obervasi dan wawancara kepada pasien bahwasanya dokter tidak tepat waktu atau mengalami keterlambatan, dikarenakan dokter sedang memeriksa pasien lain di poliklinik .

B. Saran

Setelah penulis melakukan penelitian dan pengamatan mengenai pengaruh strategi pemasaran jasa terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Sakit Efarina Etaham di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan, maka penulis ingin menyampaikan beberapa saran dengan harapan dapat menjadikan sebagai acuan dalam mewujudkan suatu konsep strategi pemasaran jasa yang lebih baik lagi .

1. Bagi Pimpinan Rumah Sakit Efarina Etaham hendaknya untuk mempertahankan dan lebih meningkatkan strategi pemasaran jasa yang lebih baik lagi yaitu dengan memperkenalkan produk yang ada di Rumah Sakit Efarina tersebut, tidak hanya ruangan inap yang lengkap saja melainkan dokter yang akan merawat pasien di ruangan instalasi rawat inap tersebut, serta lebih meningkatkan lagi pelayanannya saat dokter kunjungan ke ruangan agar berusaha ontime guna supaya pasien selalu merasa puas akan layanan yang diberikan dan agar pasien selalu menggunakan jasa pelayanan Rumah Sakit Efarina.
2. Bagi Karyawan hendaknya selalu cepat dan tanggap dengan segala kebutuhan pasien, baik dalam memberikan bantuan yang dibutuhkan, khususnya untuk keluarga pasien yang kebingungan mencari kamar inap ketika berkunjung.
3. Untuk peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lengkap tentang faktor yang mempengaruhi kepuasan pada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A Anwar Prabu Mangkunegara. (2001), *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Penerbit: Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Azhar Arsyad. 2002. *Pokok-Pokok Manajemen*. Penerbit: Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Bawono.Anton.2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga press.
- Gujarati, Damodar, 2003, *Ekonometri Dasar*. Terjemahan : Sumarno Zain, Jakarta:Erlangga
- Hasibuan, Malayu. 2012. *Majemen Sumber Daya Manusia*. Penerbit: Bumi Aksara, Jakarta.
- Kotler & Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, edisi 12, Penerbit : Indeks, Jakarta
- Kotler dan Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi 13. Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks
- Malayu S.P. Hasibuan, 2010, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit: Bumi Aksara, Jakarta.
- Mc. Farland, dikutip Soewarno Handyaningrat; 1991. *Pengantar Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Penerbit: Haji Mas Agung, Jakarta.
- Muninjaya, A.G, 2012. *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan*. Penerbit: Buku Kedokteran EGC, Jakarta.
- Nandan Limakrisna, Togi Parulian Purba, 2019, *Manajemen pemasaran*, Penerbit: Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Pohan, Imbolo, 2007, *Jaminan Mutu Layanan Kesehatan*. Penerbit Buku Kedokteran ECG, Jakarta.

- Priyanto, Dwi. 2014. SPSS 22 : pengolahan data terpraktis, Yogyakarta :ANDI OFFSET
- Santoso, Singgih, dan Fandy Tjiptono, 2002, Riset Pemasaran : Konsep dan Aplikasinya dengan SPSS, Jakarta : PT. Elex Media Computindo Kelompok Gramedia
- Setiawan, Supriadi. 2011. *Loyalitas Pelanggan Jasa. Studi Kasus Bagaimana Rumah Sakit Mengelola Loyalitas Pelanggannya*. Penerbit: IPB Press, Bogor.
- Silalahi, 1989 , *Sistem Administrasi Pemerintahan*. Penenerbit: Bina Aksara, Jakarta.
- Sugiyono, 2007, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Penerbit: Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2016, *Metode Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit: Alfabet, Bandung.
- Sugiyono,2009, Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Penerbit : Alfabeta, Bandung.
- Terry, George dan Leslie W. Rue. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen*. Cetakan kesebelas. Penerbit: Bumi Aksara, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 1996, *Manajemen Jasa*. Penerbit: Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008, *Strategi Pemasaran*, edisi III, Penerbit : Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2009, *Strategi Pemasaran*, edisi ketiga, Penerbit : Andi Offset, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2009 Tentang Rumah Sakit.
- Yuwono, 2003, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*.