

# **PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN DI RUMAH SAKIT AWAL BROS PEKANBARU**

Oleh

**Citra Cahaya Sari**

**Counselor : DR. H. Seno Andri, MM, M.Si**

**(CP : 082392611616)**

**Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Riau**

**Kampus Bina Widya Jl. H. R. Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru**

**Pekanbaru 28293**

Abstract: in this research Issue is the decline in the number of outpatients in the last 3 years, especially for the old outpatients. This indicates patient loyalty to decline medical treatment to hospitals Early Bros Pekanbaru. As for the purpose of this research is to know the implementation of the marketing mix and knowing the loyalty of outpatients at the hospital Beginning Bros Pekanbaru. In addition to knowing the influence of marketing mix to the loyalty of patients in hospitals Early Bros Pekanbaru. Data collection through the kusioner of 100 outpatients. Results of research on the marketing mix implemented Early Bros Hospital Soweto rated it good. So too with the loyalty of outpatients at the hospital Beginning Bros Pekanbaru. votes have been good. However there are still shortcomings in the process and the price problem including outpatient medical treatment procedures. Results of calculation with the SPSS program, obtained as a result of that marketing mix (X) have a very strong relationship to patient loyalty (Y). Outpatient in the hospital Beginning Bros Pekanbaru

Keywords: marketing mix, patient loyalty, hospitals early bros pekanbaru

---

## **A. Pendahuluan**

### **1. Latar Belakang**

Rumah Sakit merupakan salah satu bentuk sarana pelayanan kesehatan yang dapat diselenggarakan oleh pemerintah dan swasta. Pelayanan kesehatan di rumah sakit dapat berupa kegiatan pelayanan rawat jalan, pelayanan rawat inap dan pelayanan rawat darurat yang mencakup pelayanan medik dan penunjang medik. Pelayanan Kesehatan adalah pelayanan jasa, jasa berbeda dengan barang. Jika barang merupakan suatu obyek, benda atau alat, maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (*performance*). Seseorang tidak dapat menilai hasil dari jasa sebelum ia menikmatinya sendiri.

Setelah menerima jasa pelayanan kesehatan, pasien akan membandingkan jasa yang dialami dengan dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa yang dirasakan tidak sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka pasien tidak puas dan akhirnya tidak akan loyal kepada rumah sakit. Namun jika jasa yang dirasakan memenuhi atau bahkan melebihi harapan pasien maka pasien akan puas dan tetap bersedia menjalin hubungan jangka panjang dengan rumah sakit serta menjadi pasien yang loyal kepada rumah sakit.

Rumah sakit perlu mendesain program pemasaran agar produk mendapat respon dari pasar sasaran. Karena itu perlu alat supaya program tersebut mencapai sasaran. Alat disini adalah program yang bisa dikontrol oleh organisasi, alat tersebut lazim disebut bauran pemasaran (*marketing mix*).

Bauran pemasaran diharapkan dapat meningkatkan *Perceived quality* konsumen yaitu penilaian konsumen terhadap suatu produk. Bila persepsi konsumen terhadap mutu pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit baik maka *image* konsumen (*corporate image*) terhadap rumah sakit akan positif, kondisi ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen atau pasien (*customer satisfaction*). Dampak dari kepuasan pasien adalah *Customer Loyalty* yang merupakan perilaku konsumen sebagai akibat dari layanan yang diberikan. Guna menciptakan loyalitas pelanggan, perusahaan perlu mengelola permintaan menjadi *inelastis* dengan cara penyesuaian bauran pemasaran, dengan memperhatikan kualitas pelayanan, melakukan promosi yang

intensif, dan melakukan *relationship marketing*.

Loyalitas Pelanggan adalah suatu kesetiaan yang ditunjukkan dengan perilaku pembelian teratur yang dalam waktu panjang melalui serangkaian keputusan pelanggan.

Rumah Sakit Awal Bros merupakan salah satu rumah sakit swasta yang ada di kota pekanbaru dan termasuk salah satu rumah sakit yang di minati oleh pasien yang berasal dari kalangan menengah keatas. Rumah sakit Awal Bros mempunyai lokasi strategis berada di tengah kota pekanbaru di Jalan Jenderal Sudirman dan mudah dijangkau karena dilalui oleh jalur kendaraan umum dari dalam maupun dari luar kota.

Pelayanan di rumah Sakit Awal Bros diantaranya adalah Pelayanan Rawat Jalan yang meliputi Poliklinik umum dan spesialis, Poliklinik Gigi, Poliklinik KB, Konsultasi Gizi. Pelayanan di bagian Poliklinik didukung oleh pelayanan penunjang yaitu: Farmasi, Medical Record, Laboratorium, Radiologi, Rehabilitasi Medik, Pelayanan Konseling. Fasilitas umum yang disediakan untuk pasien Poliklinik antara lain: televisi di ruang tunggu, kantin, Salon, Van Hollano, Kim Teng, ATM.

Untuk melayani pasien yang tidak bisa berobat pada pagi hari maka poliklinik juga membuka pelayanan pada sore hari. Berdasarkan data rekam medik dapat diketahui kunjungan pasien di Poliklinik dalam tiga tahun terakhir mengalami penurunan, terutama untuk pasien lama. Penurunan jumlah pasien lama ini mengindikasikan terjadinya

penuruna loyalitas pasien kepada RS Awal. Kondisi menurunnya jumlah kunjungan pasien lama menjadi permasalahan yang harus diperhatikan oleh manajerial rumah sakit, karena menurunnya loyalitas dapat menyebabkan menurunnya angka kunjungan pasien. Yang akan berpengaruh kepada pemasukan rumah sakit. Selain itu dengan semakin banyaknya bermunculan rumah sakit-rumah sakit baru yang akan semakin memperketat persaingan, sehingga untuk itu dibutuhkan strategi pemasaran untuk menarik minat masyarakat berobat.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pasien Di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru**

## 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merumuskan masalah pokok dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana bauran pemasaran jasa pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru ?
- b. Bagaimana loyalitas pasien rawat jalan pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru ?
- c. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pasien di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru ?

## 3. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bauran pemasaran yang dilaksanakan oleh Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui loyalitas pasien rawat jalan pada

Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru.

- c. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pasien di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru.

## 4. Konsep Teori

### a. Bauran Pemasaran

Menurut Tjiptono (2006), bauran pemasaran jasa adalah seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Alat-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan merancang program taktik jangka pendek.

Menurut Tjiptono (2006), unsur-unsur bauran pemasaran jasa adalah sebagai berikut:

- 1). Produk (*Product*)
- 2). Harga (*Pricing*)
- 3). Promosi (*Promotion*)
- 4). Lokasi (*Place*)
- 5). Orang (*People*)
- 6). Proses (*Process*)
- 7). Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

### b. Loyalitas

Menurut Griffin dalam Ratih (2005), loyalitas lebih mengacu kepada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih.

Selanjutnya Griffin mengungkapkan bahwa karakteristik loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut :

- 1). Mereferensikan kepada orang lain (*Word of Mouth*)

- 2). Kekebalan dari produk lain  
(*Reject Another*)
- 3). Melakukan pembelian ulang  
(*Repeat Order*)

## 5. Hipotesis

Berdasarkan uraian dari permasalahan di atas, maka dapatlah diambil suatu hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

*“Diduga bauran pemasaran jasa berpengaruh terhadap loyalitas pasien di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru”*

## 6. Teknik Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam untuk menyatakan tanggapan responden terhadap setiap instrumen adalah Skala Interval dengan 5 alternatif jawaban sebagai berikut :

- Sangat Baik (SB) :  
diberikan skor 5
- Baik (B) :  
diberikan skor 4
- Kurang Baik (KB) :  
diberikan skor 3
- Tidak Baik (TB) :  
diberikan skor 2
- Sangat Tidak Baik (STB) :  
diberikan skor 1

## B. Metode Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru yang berlokasi di jalan Jendral Sudirman No. 117.

### 2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pasien rawat jalan di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru pada tahun 2013 yang berjumlah 55.856 pasien.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin (Umar, 2005) dan didapatkan sampel sebanyak 100 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling* di mana setiap anggota populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *accidental sampling* karena peneliti sulit mengidentifikasi satu per satu anggota populasi dengan tingkat heterogenitas yang tinggi. Teknik *accidental sampling* dilakukan peneliti dengan cara siapapun yang mudah ditemui oleh peneliti saat penelitian dilakukan dan memenuhi kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya, maka individu tersebut dapat dijadikan responden. Peneliti memilih menetapkan kriteria agar responden yang dijadikan sampel dapat memberikan jawaban yang representatif dan valid. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang berusia 17 tahun keatas dan minimal telah berobat rawat jalan di Rumah Sasket Awal Bros Pekanbaru sebanyak 2 kali..

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam kegiatan penelitian ini, data dan informasi dikumpulkan dengan menggunakan daftar pertanyaan (*questionair*) yang diberikan kepada pasien rawat jalan Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru yang menjadi responden penelitian.

### 4. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Data primer, yaitu data informasi yang diperoleh langsung dari pasien rawat jalan Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru yang berkaitan dengan yang diteliti melalui kuesioner yang di berikan oleh peneliti yang meliputi data responden berupa umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan serta tanggapan responden terhadap bauran pemasaran dan loyalitas.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang sudah tersedia pada Rumah sakit Awal Bros Pekanbaru yang berhubungan dengan masalah yang penulis teliti seperti data jumlah pasien rawat jalan gambaran umum perusahaan dan struktur organisasi perusahaan.

## 5. Analisis Data

- a. Analisis Deskriptif

Pada penulisan proposal ini teknik analisis data yang digunakan

oleh penulis adalah metode deskriptif, yaitu dengan penganalisaan yang bersifat menjelaskan atau menguraikan dari data-data dan informasi yang didapat, kemudian dikaitkan dengan teori-teori atau konsep-konsep yang relevan dalam memberikan gambaran nyata atau fakta-fakta yang sebenarnya sehingga dapat diambil kesimpulan.

- b. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk melihat pengaruh bauran pemasaran tyerhadap loyalitas pasien rawat jalan pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru, maka digunakan analisis statistik.

## C. Bauran Pemasaran Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru

Pada tabel berikut dapat dilihat rekapitulasi tanggapan responden terhadap bauran pemasaran jasa pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru :

**Tabel**  
**Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap**  
**Bauran Pemasaran Jasa Pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru**

No	Indikator	Skor	Kategori
1	Produk ( <i>Product</i> )	1346	Sangat Baik
2	Harga ( <i>Price</i> )	1070	Baik
3	Promosi ( <i>Promotion</i> )	1303	Sangat Baik
4	Lokasi ( <i>Place</i> )	1224	Baik
5	Orang ( <i>People</i> )	1224	Baik
6	Proses ( <i>Process</i> )	1142	Baik
7	Bukti Fisik ( <i>Physical Evidence</i> )	1446	Sangat Baik
<b>Jumlah</b>		<b>8670</b>	<b>Baik</b>

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2014

Dari tabel di atas dapat dilihat rekapitulasi dari tanggapan responden terhadap pelaksanaan bauran pemasaran jasa pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru. Secara keseluruhan, bauran pemasaran jasa yang dilaksanakan sudah baik. Namun begitu masih terdapat kekurangan yang mempengaruhi konsumen untuk berobat rawat jalan di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru, yaitu masalah biaya berobat yang mahal jika dibandingkan dengan rumah sakit swasta lainnya. Selain itu, adanya prosedur yang berbelit-belit ketika konsumen ingin berobatrawat jalan

di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru. Dari tabel di atas dapat dilihat bukti fisik merupakan indikator yang memiliki nilai paling tinggi dibandingkan dengan indikator bauran pemasaran jasa lainnya.

#### **D. Loyalitas Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru**

Pada tabel berikut dapat dilihat rekapitulasi tanggapan responden terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru

**Tabel**  
**Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap**  
**Bauran Loyalitas Pasien Pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru**

<b>No</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skor</b>	<b>Kategori</b>
1	<i>Word of Mouth</i>	877	Sangat Baik
2	<i>Reject Another</i>	764	Baik
3	<i>Repeat Purchasing</i>	655	Cukup Baik
<b>Jumlah</b>		<b>2296</b>	<b>Baik</b>

**Sumber : Data Olahan Penelitian, 2014**

Dari tabel di atas dapat dilihat rekapitulasi dari tanggapan responden terhadap loyalitas pasien rawat jalan pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru. Secara keseluruhan, loyalitas pasien dinilai sudah baik. Namun, pasien tidak setuju untuk terus berobat di Rumah Sakit Awal Bros jika biaya berobat naik dan juga jika ada penyakit lain yang diderita pasien. Kerena kecenderungan selain memilih rumah sakit pasien adalah untuk memilih Dokter yang cocok dengan mereka. Selain itu, responden

juga tidak setuju untuk menggunakan produk-produk lasin yang ada di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru seperti Medical Check up dikarenakan banyaknya pilihan untuk melakukan medical check up ditempat lain dengan harga yang bersaing.

#### **E. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru**

## 1. Regresi Linier Sederhana

Dari tabel didapatkan nilai R sebesar 0,897 yang berada pada nilai interval tingkat korelasi antara 0,80 sampai dengan 1,000 yang berarti bauran pemasaran (X) memiliki hubungan yang sangat kuat dengan loyalitas pasien (Y) rawat jalan pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru. Selanjutnya untuk nilai R Square didapatkan nilai sebesar 0,805 atau 80,5%. Nilai ini mengandung arti bahwa bauran pemasaran memberikan sumbangan pengaruh terhadap loyalitas pasien rawat jalan pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru sebesar 80,5%. Hal ini juga memperlihatkan besarnya sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bauran pemasaran terhadap loyalitas pasien dibandingkan dengan variabel lainnya yang dapat memberngaruhi loyalitas pasien rawat jalan.

## 2. Uji t

Hasil dari output program SPSS pada tabel *Coefficients<sup>a</sup>* diketahui nilai t hitung sebesar 20,086 dengan signifikasni 0,000. Sedangkan nilai t tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan  $df = n - 2 = 100 - 2 = 1,661$ .

Berdasarkan hasil inii, maka didapatkan hasil kalau t hitung lebih besar dari t tabel, yaitu :  $20,086 > 1,661$ .

Hal ini juga berarti bahwa bauran pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas pasien rawat jalan Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru sehingga hipotesis "*Diduga bauran pemasaran jasa berpengaruh terhadap loyalitas pasien di Rumah*

*Sakit Awal Bros Pekanbaru*" dapat diterima.

## F. Kesimpulan dan Saran

### 1. Kesimpulan

- a. Bauran pemasaran jasa pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru yang dilaksanakan sudah baik. Namun masih terdapat kekurangan yang mempengaruhi konsumen untuk berobat rawat jalan di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru, yaitu masalah biaya berobat yang mahal jika dibandingkan dengan rumah sakit swasta lainnya. Selain itu, adanya prosedur yang berbelit-belit ketika konsumen ingin berobat rawat jalan di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru. Indikator bukti fisik merupakan indikator yang memiliki nilai paling tinggi dibandingkan dengan indikator bauran pemasaran jasa lainnya..
- b. Loyalitas pasien rawat jalan pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru. dinilai sudah baik. Namun, pasien tidak setuju untuk terus berobat di Rumah Sakit Awal Bros jika biaya berobat naik dan juga jika ada penyakit lain yang diderita pasien. Kerena kecenderungan selain memilih rumah sakit pasien adalah untuk memilih Dokter yang cocok dengan mereka. Selain itu, responden juga tidak setuju untuk menggunakan produk-produk lasin yang ada di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru seperti Medical Check up

dikarenakan banyaknya pilihan untuk melakukan medical check up ditempat lain dengan harga yang bersaing.

- c. Hasil perhitungan dengan program SPSS, didapatkan hasil bahwa bauran pemasaran (X) memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap loyalitas pasien (Y). Rawat jalan pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru.

## 2. Saran

Berikut saran yang dapat penulis berikan :

- a. Pihak management Rumah sakit sebaiknya memperbaiki sistem pendaftaran bagi pasien rawat jalan yang ingin berobat, dengandibuat lebih efektif dan efisien sehingga juga dapat mengemat waktu. Hal in bisa dilakukan dengan pendaftaran pasien rawat jalan langsung di tempat pasien akan berobat.
- b. Pihak management rumah sakit Awal Bros Pekanbaru sebaiknya kembali meninjau kembali masalah biaya produk-produk lainnya seperti medical check up yang ada,, karena biaya merupakan faktor yang banyak dikeluhkan oleh konsumen dalam berobat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afiff, Faisal. (2003). *Strategi Pemasaran*. Bandung: Penerbit Angkasa.
- Assauri, Sofyan. (2001). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep*

*dan Strateg.*, Jakarta: Penerbit Rajawali.

- Arikunto, Suharsimi. (2007). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ferrinadewi dan Darmawan, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 2004.
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Pertama. Alih Bahasa: Benyamin Molan. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan A.B. Susanto. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jilid Satu, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid Dua. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jilid Satu. Jakarta: PT. Indeks.
- Lamb, Hair, McDaniel. (2001). *Pemasaran*, Jilid Satu dan Dua. Alih Bahasa: David Octarevia. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa :Teori dan Praktik*, Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Payne, Adrian, (2000). *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Andi.
- Hurriyati, Ratih. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Salusu, J. (2000). *Teknik Menjual Barang*, Jakarta: Balai Aksara.

- Soenarno, Adi. (2006). *Front Office Management*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kedelapan. Bandung: Alfabeta.
- Surat Keputusan Menparpostel No.KM/37/PW.340/MPPT-86 Tentang Peraturan Usaha dan Penggolongan Hotel
- Swastha, Basu dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Umar, Husein. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yazid (2005). *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Ekoniria.