

# Hubungan Bauran Pemasaran dan Faktor Psikologis dengan Proses Pengambilan Keputusan Pasien dalam Pemanfaatan Rawat Jalan (*Relation of Marketing Mix and Psychological Factors with Patient's Decision-Making Process in Outpatient Services Utilization*)

Fathur Rachman Hakim, Nuryadi, Christyana Sandra  
Bagian Administrasi dan Kebijakan Kesehatan, Fakultas Kesehatan Masyarakat  
Universitas Jember  
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121  
e-mail : fathurrachmanhakim@gmail.com

## **Abstract**

*Based on the results of preliminary study have been found decrease in the number of outpatient visits in Balung Regional Hospital every years at 2010-2013 with an average by 5.41%. Considering that indicators of outpatient utilization rate based on the number of visits per day (within a period of 1 year), and utilization rate of the patient depends on the decision to use it, therefore concluded that patient's decision to utilize outpatient services in Balung Regional Hospital were less good. The purpose of this research was analyze the relation of marketing mix and psychological factors with patient's decision making process in outpatient services utilization in Balung Regional Hospital, Jember. This research was an analytical design by cross sectional, with number of samples were 136 of public patients who use outpatient services in 2014. The data were analyzed statistically by using association Somer's D test. The results showed relationship between place, product, price, promotion, people and process with patient's decision making process. But there was no relationship between physical evidence with patient's decision making process. Furthermore, there was relationship between perception, motivation, and attitude with patient's decision making process in outpatient services.*

**Keywords:** *Marketing Mix, Psychological Factor, Decision Making Process*

## **Abstrak**

Berdasarkan hasil studi pendahuluan, ditemukan adanya penurunan jumlah kunjungan pasien rawat jalan RSD Balung setiap tahunnya yaitu pada tahun 2010 - 2013 dengan rata-rata sebesar 5,41%. Mengingat, indikator tingkat pemanfaatan rawat jalan berdasarkan jumlah kunjungan per hari (dalam periode 1 tahun), serta tingkat pemanfaatan pasien tergantung dari keputusan mememanfaatkannya, sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan pasien untuk memanfaatkan pelayanan rawat jalan di RSD Balung adalah kurang baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan bauran pemasaran dan faktor psikologis dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di RSD Balung Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan pendekatan *cross sectional*, dengan sampel sebanyak 136 pasien umum yang memanfaatkan pelayanan rawat jalan pada tahun 2014. Data dianalisis menggunakan uji asosiasi *Somer's D*. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan antara bauran tempat, produk, harga, promosi, orang, dan proses dengan proses pengambilan keputusan pasien, namun tidak ada hubungan antara bauran bukti fisik dengan proses pengambilan keputusan pasien. Selanjutnya, ada hubungan antara faktor psikologis persepsi, motivasi dan sikap dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam memanfaatkan pelayanan rawat jalan di RSD Balung.

**Kata kunci:** *Bauran Pemasaran, Faktor Psikologis, Proses Pengambilan Keputusan*

## Pendahuluan

Rumah sakit saat ini telah berkembang menjadi institusi yang bersifat sosio-ekonomis, oleh karena itu rumah sakit perlu dikelola secara efisien dan profesional agar menghasilkan pelayanan jasa yang dapat meningkatkan derajat kesehatan masyarakat [1]. Berlakunya Jaminan Kesehatan Nasional sejak 01 Januari tahun 2014, membuat persaingan di perumahsakitkan semakin luas dan beragam yang akan berdampak pada perubahan konsep pemasaran yang tidak hanya berorientasi pada penjualan (*seling*) pada konsumen, akan tetapi juga penciptaan strategi khusus tentang membangun hubungan dengan mitra pada fasilitas pelayanan kesehatan dasar. Oleh karena itu rumah sakit perlu menentukan strategi pemasaran yang efektif yaitu melalui bauran pemasaran, karena tujuan utama dari bauran pemasaran adalah melakukan penawaran (*offer*) dengan promosi dan distribusi produk dengan harapan terjadi akses (*access*) berupa pembelian produk atau jasa [2]. Rumah sakit juga perlu mempelajari perilaku konsumen yaitu berupa faktor psikologi konsumen, karena faktor psikologi yang melekat pada individu tersebut akan mempengaruhi pada proses pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pemanfaatan terhadap suatu jasa pelayanan kesehatan yang ditawarkan oleh rumah sakit [3].

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang dilakukan, ditemukan adanya penurunan jumlah kunjungan pasien rawat jalan setiap tahunnya yaitu pada tahun 2010 hingga tahun 2013 sebesar 5,41%. Menurut Dirjen BUK Kementerian Kesehatan RI tentang Petunjuk Teknis Sistem Informasi Rumah Sakit Tahun 2011 bahwa indikator yang digunakan untuk menilai tingkat pemanfaatan poli rawat jalan di rumah sakit adalah berdasarkan rata-rata kunjungan per hari (dalam periode 1 tahun), sehingga berdasarkan data kunjungan diatas dengan adanya penurunan kunjungan dari tahun ke tahun maka dapat dikatakan bahwa pemanfaatan pelayanan rawat jalan oleh pasien di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung juga akan menurun [4]. Mengingat, tingkat pasien memanfaatkan suatu pelayanan tergantung dari minat memanfaatkannya, yang kemudian dilanjutkan keputusan untuk memanfaatkan, sehingga apabila tingkat memanfaatkan suatu pelayanan tersebut menurun maka keputusan untuk memanfaatkan pelayanannya juga akan menurun [5]. Oleh karena itu dengan

pemanfaatan pelayanan rawat jalan di RSD Balung yang mengalami penurunan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa keputusan pasien untuk memanfaatkan pelayanan rawat jalan di RSD Balung adalah kurang baik.

Sesuai dengan teori tentang model proses pengambilan keputusan pembelian bahwa proses pengambilan keputusan dipandang sebagai tiga tahap yang terdiri dari tahap masukan (*input*), tahap proses, dan tahap keluaran (*output*) yang berbeda tetapi saling berhubungan satu sama lainnya. Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan membeli di mana konsumen benar-benar membeli [6]. Namun, jika ditinjau dari faktor yang mempengaruhi dalam proses pengambilan keputusan maka terbagi menjadi pengaruh eksternal dan internal. Pengaruh eksternal diantaranya adalah lingkungan sosio-budaya (yang meliputi keluarga, sumber informal, sumber non komersial lainnya, kelas sosial, serta budaya dan sub-budaya), dan bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan serangkaian variabel yang dapat dikontrol dan tingkat variabel yang digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi pasar yang menjadi sasaran [7]. Bauran pemasaran terdiri dari produk, promosi, harga, dan saluran distribusi [3]. Dalam pemasaran jasa tidak hanya menggunakan variabel pemasaran 4P tetapi ditambah dengan 3P lainnya yaitu orang, proses dan bukti fisik [2]. Sedangkan pengaruh internal adalah faktor psikologi konsumen itu sendiri. Faktor psikologi merupakan faktor-faktor yang digunakan oleh konsumen dalam berinteraksi yang terdiri dari persepsi, motivasi, pembelajaran, kepribadian, dan sikap) [3].

Berdasarkan permasalahan tersebut, perlu dilakukan penelitian yang mengkaji lebih dalam faktor yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di RSD Balung. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis hubungan bauran pemasaran rumah sakit dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan, dan menganalisis hubungan faktor psikologis dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di RSD Balung Kabupaten Jember.

## Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian analitik dengan pendekatan *cross sectional*. Penelitian ini dilakukan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung Kabupaten Jember pada bulan September 2014 – Februari 2015. Populasi berdasarkan jumlah rata-rata kunjungan pasien umum tiap bulan di Instalasi Rawat Jalan RSD pada tahun 2013 yaitu sebanyak 1.350 orang. Jumlah sampel yaitu sebanyak 136 pasien umum yang memanfaatkan pelayanan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung Kabupaten Jember pada tahun 2014, dan sampel dipilih secara *systemic sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dengan bantuan kuesioner. Analisis data menggunakan uji asosiasi *Somer's D* 95% ( $\alpha = 0,05$ ).

## Hasil Penelitian

### Karakteristik Responden

Tabel 1 Distribusi Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah	Presentase %
Umur	17-25 tahun	26	19,1
	26-35 tahun	53	39
	36-45 tahun	31	22,8
	46-55 tahun	17	12,5
	56-65 tahun	7	5,1
	> 65 tahun	2	1,5
<b>Total</b>		<b>136</b>	<b>100</b>
Jenis Kelamin	Laki-laki	55	40,4
	Perempuan	81	59,6
	<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>100</b>
Tingkat Pendidikan	Tidak Sekolah	11	8,1
	SD	28	20,6
	SMP	35	25,7
	SMA	54	39,7
	Perguruan Tinggi	8	5,9
	<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>100</b>
Pekerjaan	Petani	19	14
	Wiraswasta	67	49,3
	Pegawai Swasta	9	6,6
	PNS/ TNI/ POLRI	1	0,7
	Lainnya	40	29,4
	<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>100</b>
Pendapatan per Bulan	< Rp. 800.000	43	31,6
	Rp. 800.000 – 1.270.000	56	41,2
	> Rp. 1.270.000	37	27,2
	<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa dari 136 responden sebagian besar responden berumur 26-35 tahun yaitu sebanyak 53 responden atau sebesar 39%, sedangkan berdasarkan jenis kelamin bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 81 responden atau sebesar 40,4%, dan berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa sebagian besar responden berpendidikan SMA sebanyak 54 responden atau sebesar 39,7%. Selanjutnya, sebagian besar responden memiliki pekerjaan sebagai

wiraswasta sebanyak 67 responden atau sebesar 49,3%, serta sebagian besar reponden berpendapatan per bulan sebesar Rp 800.000 – Rp. 1.270.000 yaitu sebanyak 56 responden atau sebesar 41,2 %.

### Bauran pemasaran

Ada 7 (tujuh) variabel elemen bauran pemasaran yang diteliti dalam penelitian ini, yaitu bauran tempat, produk, harga, promosi, orang, proses dan bukti fisik.

Tabel 2 Distribusi Responden berdasarkan Bauran Tempat

Bauran Tempat	Jumlah	%
Baik	95	69,9
Cukup	41	30,1
Kurang	0	0
<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 2 diatas diketahui bahwa dari 136 responden sebagian besar responden menilai bahwa elemen bauran tempat Instalasi Rawat Jalan RSD Balung baik yaitu sebanyak 95 responden atau sebesar 69,9%.

Tabel 3 Distribusi Responden berdasarkan Bauran Produk

Bauran Produk	Jumlah	%
Baik	100	73,5
Cukup	36	26,5
Kurang	0	0
<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 3 diatas diketahui bahwa dari 136 responden sebagian besar responden menilai bahwa elemen bauran produk Instalasi Rawat Jalan RSD Balung baik yaitu sebanyak 100 responden atau sebesar 73,5%.

Tabel 4 Distribusi Responden berdasarkan Bauran Harga

Bauran Harga	Jumlah	%
Baik	62	45,6
Cukup	59	43,4
Kurang	15	11
<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 4 diatas diketahui bahwa dari 136 responden sebagian besar responden menilai bahwa elemen bauran harga Instalasi Rawat Jalan RSD Balung baik yaitu sebanyak 62 responden atau sebesar 45,6%.

Tabel 5 Distribusi Responden berdasarkan Bauran Promosi

Bauran Promosi	Jumlah	%
Baik	0	0
Cukup	87	64
Kurang	49	36
<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 5 diatas diketahui bahwa dari 136 responden sebagian besar responden menilai bahwa elemen bauran promosi Instalasi Rawat Jalan RSD Balung cukup yaitu sebanyak 87 responden atau sebesar 64%.

Tabel 6 Distribusi Responden berdasarkan Bauran Orang

Bauran Orang	Jumlah	%
Baik	121	89
Cukup	15	11
Kurang	0	0
Total	136	100

Berdasarkan tabel 6 diatas diketahui bahwa dari 136 responden sebagian besar responden menilai bahwa elemen bauran orang Instalasi Rawat Jalan RSD Balung baik yaitu sebanyak 121 responden atau sebesar 89%.

Tabel 7 Distribusi Responden berdasarkan Bauran Proses

Bauran Proses	Jumlah	%
Baik	97	71,3
Cukup	39	28,7
Kurang	0	0
Total	136	100

Berdasarkan tabel 7 diatas diketahui bahwa dari 136 responden sebagian besar responden menilai bahwa elemen bauran proses Instalasi Rawat Jalan RSD Balung baik yaitu sebanyak 97 responden atau sebesar 71,3%.

Tabel 8 Distribusi Responden berdasarkan Bauran Bukti Fisik

Bauran Bukti Fisik	Jumlah	%
Baik	90	66,2
Cukup	46	33,8
Kurang	0	0
Total	136	100

Berdasarkan tabel 8 diatas diketahui bahwa dari 136 responden sebagian besar responden menilai bahwa elemen bauran bukti fisik Instalasi Rawat Jalan RSD Balung baik yaitu sebanyak 90 responden atau sebesar 66,2%.

### Faktor Psikologis

Sedangkan pada faktor psikologi konsumen, terdapat 3 variabel yang diteliti dalam penelitian ini, yaitu persepsi, motivasi, dan sikap.

Tabel 9 Distribusi Responden berdasarkan Persepsi

Persepsi	Jumlah	%
Baik	52	38,2
Cukup	80	58,8
Buruk	4	2,9
Total	136	100

Berdasarkan tabel 9 diatas dapat diketahui bahwa dari 136 responden sebagian besar responden memiliki persepsi yang cukup yaitu sebanyak 80 responden atau sebesar 58,2%.

Tabel 10 Distribusi Responden berdasarkan Motivasi

Motivasi	Jumlah	%
Baik	117	86
Cukup	19	14
Buruk	0	0
Total	136	100

Berdasarkan tabel 10 diatas dapat diketahui bahwa dari 136 responden sebagian

besar responden memiliki motivasi yang baik yaitu sebanyak 117 responden atau sebesar 86%.

Tabel 11 Distribusi Responden berdasarkan Sikap

Sikap	Jumlah	%
Baik	124	91,2
Cukup	12	8,8
Buruk	0	0
Total	136	100

Berdasarkan tabel 11 diatas dapat diketahui bahwa dari 136 responden sebagian besar responden memiliki sikap yang baik yaitu sebanyak 124 responden atau sebesar 91,2%.

### Proses Pengambilan Keputusan

Tabel 12 Distribusi Responden berdasarkan Proses Pengambilan Keputusan

Proses Pengambilan Keputusan	Jumlah	%
Baik	86	63,2
Cukup	45	33,1
Buruk	5	3,7
Total	136	100

Berdasarkan tabel 12 diatas dapat diketahui bahwa dari 136 responden sebagian besar responden memiliki proses pengambilan keputusan yang baik yaitu sebanyak 86 responden atau sebesar 63,2%.

### Analisis Hubungan Bauran Pemasaran dengan Proses Pengambilan Keputusan

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji asosiasi *Somer's D* diperoleh nilai *Approx Sig.* sebesar 0,002 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  yaitu 0,05 sehingga  $H_0$  ditolak yang artinya ada hubungan antara bauran pemasaran tempat dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung.

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji asosiasi *Somer's D* diperoleh nilai *Approx Sig.* sebesar 0,006 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  yaitu 0,05 sehingga  $H_0$  ditolak yang artinya ada hubungan antara bauran pemasaran produk dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung.

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji asosiasi *Somer's D* diperoleh nilai *Approx Sig.* sebesar 0,016 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  yaitu 0,05 sehingga  $H_0$  ditolak yang artinya ada hubungan antara bauran pemasaran harga dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung.

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji asosiasi *Somer's D* diperoleh nilai *Approx Sig.* sebesar 0,006 yang lebih kecil

dari nilai  $\alpha$  yaitu 0,05 sehingga  $H_0$  ditolak yang artinya ada hubungan antara bauran pemasaran promosi dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung.

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji asosiasi *Somer's D* diperoleh nilai *Approx Sig.* sebesar 0,008 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  yaitu 0,05 sehingga  $H_0$  ditolak yang artinya ada hubungan antara bauran pemasaran orang dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung.

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji asosiasi *Somer's D* diperoleh nilai *Approx Sig.* sebesar 0,009 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  yaitu 0,05 sehingga  $H_0$  ditolak yang artinya ada hubungan antara bauran pemasaran proses dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung.

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji asosiasi *Somer's D* diperoleh nilai *Approx Sig.* sebesar 0,119 yang lebih besar dari nilai  $\alpha$  yaitu 0,05 sehingga  $H_0$  ditolak yang artinya ada hubungan antara bauran pemasaran bukti fisik dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung.

### **Analisis Hubungan Faktor Psikologis dengan Proses Pengambilan Keputusan**

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji asosiasi *Somer's D* diperoleh nilai *Approx Sig.* sebesar 0,020 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  yaitu 0,05 sehingga  $H_0$  ditolak yang artinya ada hubungan antara faktor psikologis persepsi dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung.

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji asosiasi *Somer's D* diperoleh nilai *Approx Sig.* sebesar 0,008 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  yaitu 0,05 sehingga  $H_0$  ditolak yang artinya ada hubungan antara faktor psikologis motivasi dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung.

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji asosiasi *Somer's D* diperoleh nilai *Approx Sig.* sebesar 0,016 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  yaitu 0,05 sehingga  $H_0$  ditolak yang artinya ada hubungan antara faktor psikologis

sikap dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung.

### **Pembahasan**

Berdasarkan uji statistik, menunjukkan bahwa ada hubungan antara bauran tempat dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfah (2014) yang menyatakan variabel tempat berpengaruh terhadap keputusan pasien untuk menggunakan jasa rawat jalan di RS Bina Sehat Jember [8]. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori dari Schiffman dan Kanuk (2007) bahwa bauran pemasaran tempat yang ditetapkan oleh pemasar berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan [3]. Kesesuaian penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dikarenakan hal yang berkaitan dengan akses untuk menuju rumah sakit yang mudah dijangkau, kemudahan dalam memperoleh sarana transportasi, tersedianya area parkir, serta lengkap dan tersedianya jenis pelayanan yang ditawarkan oleh rumah sakit, akan menjadi daya tarik sendiri yang akan mempengaruhi pasien dalam memutuskan untuk memanfaatkan pelayanan di rumah sakit tersebut.

Berdasarkan uji statistik, menunjukkan bahwa ada hubungan antara bauran produk dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfah (2014) yang menyatakan variabel produk berpengaruh terhadap keputusan pasien untuk menggunakan jasa rawat jalan di RS Bina Sehat Jember [8]. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori dari Schiffman dan Kanuk (2007) bahwa bauran pemasaran produk yang ditetapkan oleh pemasar berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan [3]. Kesesuaian penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dikarenakan rumah sakit yang selalu berinovasi dalam melakukan pengembangan suatu produk pelayanan baru, serta adanya variasi pelayanan, tersedianya pelayanan penunjang serta pelayanan komplementer akan mendorong pasien dalam mengambil keputusan pelayanan kesehatan mana yang akan digunakan.

Berdasarkan uji statistik, menunjukkan bahwa ada hubungan antara bauran harga dengan proses pengambilan keputusan pasien

dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari Schiffman dan Kanuk (2007) bahwa bauran pemasaran harga yang ditetapkan oleh pemasar berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan [3]. Bauran harga berhubungan dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan karena tinggi rendahnya harga akan mempengaruhi minat memanfaatkan oleh seorang pasien. Meskipun demikian, terdapat perbedaan hasil dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfah (2014) yang menyatakan variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pasien untuk menggunakan jasa rawat jalan di RS Bina Sehat Jember [8]. Ketidaksesuaian antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dikarenakan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ulfah (2014) bahwa pasien di RS Bina Sehat merupakan golongan ekonomi kelas menengah keatas yang tidak mempertimbangkan harga sebelum berobat ke rumah sakit tersebut, sedangkan pada RSD Balung merupakan pasien golongan ekonomi kelas menengah kebawah lebih memperhatikan tarif pelayanan daripada kualitas pelayanan yang didapat.

Berdasarkan uji statistik, menunjukkan bahwa ada hubungan antara bauran promosi dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfah (2014) yang menyatakan variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan pasien untuk menggunakan jasa rawat jalan di RS Bina Sehat Jember [8]. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori dari Schiffman dan Kanuk (2007) bahwa bauran pemasaran promosi yang ditetapkan oleh pemasar berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan [3]. Kesesuaian antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dikarenakan upaya promosi dan kejelasan informasi tentang pelayanan rawat jalan akan dijadikan bahan pertimbangan dalam memilih pelayanan kesehatan mana yang nantinya akan digunakan dan mempermudah pasien dalam memperoleh informasi pelayanan yang akan digunakan. Oleh karena itu, upaya dalam mengkomunikasikan produk atau jasa layanan oleh rumah sakit kepada pasien penting dilakukan agar tujuan dari promosi dapat tercapai, yaitu pasien berpengaruh untuk

memanfaatkan jasa pelayanan kesehatan di rumah sakit tersebut.

Berdasarkan uji statistik, menunjukkan bahwa ada hubungan antara bauran orang dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfah (2014) yang menyatakan variabel petugas berpengaruh terhadap keputusan pasien untuk menggunakan jasa rawat jalan di RS Bina Sehat Jember [8]. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori dari Supriyanto dan Ernawaty (2010) bahwa orang/karyawan rumah sakit berkaitan dalam upaya untuk meningkatkan mutu pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan rumah sakit akhirnya akan mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli jenis produk/ jasa atau jumlah yang akan dibeli tersebut [2]. Kesesuaian antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dikarenakan keterampilan, adanya perhatian dari dokter dan petugas dalam menanggapi keluhan pasien akan berpengaruh terhadap keputusan pasien untuk memanfaatkan pelayanan, karena hal ini berkaitan dengan hubungan terapeutik antara pasien dengan dokter, sehingga dengan adanya hubungan tersebut pasien akan merasa nyaman yang akan meningkatkan loyalitas pasien berupa memanfaatkan kembali pelayanan kesehatan di rumah sakit oleh pasien.

Berdasarkan uji statistik, menunjukkan bahwa ada hubungan antara bauran proses dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Supriyanto dan Ernawaty (2010) yang menyatakan bahwa proses yang baik dalam pelayanan oleh pemberi pelayanan kesehatan akan mempengaruhi keputusan pelanggan untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan, berupa meningkatnya jumlah kunjungan per hari di rumah sakit tersebut [2]. Bauran proses berhubungan dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan karena proses yang berkaitan dengan pelayanan yang diperoleh pasien, serta kenyamanan pasien dalam melakukan pelayanan kesehatan akan berpengaruh terhadap minat pasien untuk memanfaatkan pelayanan di rumah sakit tersebut. Meskipun demikian, terdapat perbedaan hasil dengan penelitian yang

dilakukan oleh Ulfah (2014) yang menyatakan variabel proses tidak berpengaruh terhadap keputusan pasien untuk menggunakan jasa rawat jalan di RS Bina Sehat Jember [8]. Ketidaksesuaian antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dikarenakan citra pasien terhadap kualitas pelayanan rumah sakit swasta lebih baik dibanding rumah sakit pemerintah termasuk penilaian terhadap proses pelayanan ketika berobat di rumah sakit tersebut. Sehingga untuk semua indikator bauran proses di RS Bina Sehat dalam penelitian Ulfah tidak berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan pasien untuk menggunakan pelayanan rawat jalan di RS Bina Sehat.

Berdasarkan uji statistik, menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara bauran bukti fisik dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfah (2014) yang menyatakan variabel proses tidak berpengaruh terhadap keputusan pasien untuk menggunakan jasa rawat jalan di RS Bina Sehat Jember [8]. Hasil penelitian ini juga tidak sesuai dengan teori dari Alma (2000) bahwa bukti fisik dapat membantu pemasar untuk memposisikan perusahaannya di pasar dan memberikan dukungan yang nyata yang berhubungan dengan lokasi, sehingga bukti fisik yang baik barang tentu juga akan mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli suatu produk dari pemasar [9]. Ketidaksesuaian antara hasil penelitian sebelumnya dikarenakan pasien yang memanfaatkan pelayanan di RSD Balung merupakan pasien dengan ekonomi kelas menengah kebawah yang tidak memperhatikan bauran bukti fisik. Karakteristik dari pasien ini yaitu datang berobat lebih mementingkan tarif yang lebih murah dibanding hasil pelayanan yang diperolehnya. Berbeda dengan pasien di RS Bina sehat yang termasuk kedalam golongan ekonomi kelas menengah keatas, dimana lebih mementingkan aspek pelayanan yang bermutu, memuaskan dan suasana yang menyenangkan, misalnya tempat yang bersih, adanya tempat parkir yang baik. Hal ini sesuai dengan teori dari Permana (2005) bahwa pelanggan dengan kemampuan ekonomi atas datang berobat ke rumah sakit karena menginginkan pelayanan yang bermutu, *service* memuaskan dan menyenangkan. Mereka mengharapkan sesuatu yang lain dan berbeda yang bisa meninggalkan kesan tertentu bagi dirinya. Jenis pelanggan ini sangat sensitif

terhadap suasana pelayanan, bangunan yang artistik dan menarik, apalagi terhadap sikap dan perilaku provider [10].

Berdasarkan uji statistik, menunjukkan bahwa ada hubungan antara faktor psikologis persepsi dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Saleh (2014) yang menyatakan ada hubungan antara variabel persepsi terhadap keputusan pasien untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan di RS Bhayangkara Makassar [11]. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori dari Schiffman dan Kanuk (2007) bahwa faktor psikologis individu yaitu persepsi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pasien dalam memanfaatkan suatu pelayanan kesehatan [3]. Kesesuaian antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dikarenakan persepsi pasien terhadap kualitas produk merupakan proses rangsangan dari pasien terkait dengan pemilihan terhadap suatu produk atau jasa dengan mempertimbangkan tingkat baik buruknya dari suatu produk/ jasa tersebut, apabila produk tersebut dinilai baik maka pasien akan mengambil keputusan untuk membelinya.

Berdasarkan uji statistik, menunjukkan bahwa ada hubungan antara faktor psikologis motivasi dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Saleh (2014) yang menyatakan ada hubungan antara variabel motivasi terhadap keputusan pasien untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan di RS Bhayangkara Makassar [11]. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori dari Schiffman dan Kanuk (2007) bahwa faktor psikologis individu yaitu motivasi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pasien dalam memanfaatkan suatu pelayanan kesehatan [3]. Kesesuaian antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dikarenakan motivasi menjadi alat pendorong bagi pasien untuk melakukan tindakan dalam memenuhi kebutuhannya terhadap suatu pelayanan kesehatan, sehingga membantu dalam mereka membuat suatu keputusan untuk memanfaatkan suatu produk atau jasa pelayanan dalam rangka memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan uji statistik, menunjukkan bahwa ada hubungan antara faktor psikologis sikap dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung. Hasil

penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Saleh (2014) yang menyatakan ada hubungan antara variabel sikap terhadap keputusan pasien untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan di RS Bhayangkara Makassar [11]. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori dari Schiffman dan Kanuk (2007) bahwa faktor psikologis individu yaitu sikap berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pasien dalam memanfaatkan suatu pelayanan kesehatan [3]. Kesesuaian antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dikarenakan sikap yang diperoleh lewat pengalaman akan menimbulkan pengaruh langsung terhadap perilaku berikutnya, berupa sikap memutuskan untuk membeli ataupun tidak terhadap produk maupun jasa pelayanan.

### Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran yang terdiri dari elemen bauran tempat, bauran produk, bauran harga, bauran orang, dan bauran proses berhubungan dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan di Instalasi Rawat Jalan RSD Balung, sedangkan bauran bukti fisik tidak berhubungan dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan RSD Balung Kabupaten Jember. Selanjutnya, faktor psikologis yang terdiri dari persepsi, motivasi dan sikap berhubungan dengan proses pengambilan keputusan pasien dalam pemanfaatan pelayanan rawat jalan RSD Balung Kabupaten Jember.

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Diharapkan rumah sakit dapat meningkatkan upaya promosi melalui media promosi berupa brosur, *leaflet*, *banner* maupun spanduk rumah sakit, serta meningkatkan kerjasama dengan fasilitas pelayanan kesehatan dasar (PUSKESMAS, bidan, dan dokter praktek) sehingga diharapkan dapat menarik banyak konsumen rujukan dari pelayanan kesehatan tersebut.
2. Diharapkan rumah sakit dapat menjaga dan meningkatkan ketepatan waktu tunggu dan proses waktu pelayanan dengan cara melaksanakan proses tindakan medis oleh dokter maupun pelayanan administrasi oleh petugas administrasi sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) yang diterapkan oleh RSD Balung.

### Daftar Pustaka

- [1] Adisasmito W. Sistem Kesehatan. Jakarta: Raja Grafindo Persada; 2008.
- [2] Supriyanto S, Ernawaty. Pemasaran Industri Jasa Kesehatan. Yogyakarta: Penerbit Andi; 2010.
- [3] Schiffman LG, Kanuk LL. Consumer Behavior. New Jersey: Pearson Prentice Hall; 2007.
- [4] Indonesia. Petunjuk Teknis Sistem Informasi Rumah Sakit. Jakarta: BUK-Kemenkes RI; 2011.[cited 2014 Aug 26]. Available from: [http://www.rsundata.com/wp-content/plugins/downloads-manager/upload/Petunjuk\\_Teknis\\_SIRS\\_2011.pdf](http://www.rsundata.com/wp-content/plugins/downloads-manager/upload/Petunjuk_Teknis_SIRS_2011.pdf)
- [5] Ningsih AR. Hubungan antara Stimulasi Pemasaran dan Karakteristik Pasien dengan Minat untuk Memanfaatkan Kembali Poliklinik Gigi dan Mulut RSUD Haji Provinsi Sulawesi Selatan. Makassar: Universitas Hasanuddin; 2012. [cited 2014 Aug 26]. Available from: <http://pasca.unhas.ac.id/files/02fd17ab01a59d43bf11514a9f59835e.pdf>
- [6] Kotler P, Amstrong G. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo; 2001.
- [7] Kotler P. Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 1. Klaten: PT Intan Sejati; 2005.
- [8] Ulfah M. Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Rawat Jalan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember. Jur Apli Man [Internet] 2013 Sep. [cited 2014 Aug 26];11(3):385-389. Available from: <http://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/121/592>
- [9] Alma B. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi. Bandung: Penerbit Alfabeta; 2000.
- [10] Permana H. Diamond Head Drill dan Kepemimpinan dalam Manajemen Rumah Sakit. Yogyakarta: Penerbit Andi; 2005.
- [11] Saleh PA. 2014. Hubungan Faktor Sosial dan Psikologis dengan Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan di RS Bhayangkara Makassar. Makassar: Universitas Hasanuddin; 2014. [cited 2014 Sep 19]. Available from: <http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/9862/Primasanty%20Amalia%20Saleh%20K11110111.pdf?sequence=1>