

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pasien Memilih Jasa Pelayanan Kesehatan

Nova Rita*, Yudistira Afconneri

Akper Aisyiyah Padang, Wisma Pondok Indah no.B3 Kec.Kuranji Padang

*Email korespondensi: noevaiit@gmail.com

Submitted :07-04-2018, Reviewed:08-05-2018, Accepted:08-06-2018

DOI: <http://doi.org/10.22216/jen.v4i1.3332>

ABSTRACT

Demand for health services in indonesia has declined, many are less satisfied with the health services provided by the hospital. Several influential factors such as: quality of service and the marketing mix. If the perceived service meet sorexceeds the expectations of the patient, the patient will be satisfied and remain willing to establish long-term relationships with hospital as well as being loyal to the hospital. From 6 patients who were interviewed, 3 patients said they wanted to choose another hospital if requiring hospitalization in the future. The purpose ofthis study was to determine the relationship ofservice quality and loyalty marketing mixwiththe patient consideration related to satisfaction of hospital services at hasanuddin hospital south Bengkulu. The type of this research was descriptive analytic reserach. The population were patients who were treated in hasanuddin general hospital in the year 2014, where the samples were taken by using the inclusion criteria (worth studying criteria) as many as 171 people. Data were collected by using question naires and interviews. Data analysis was performed by using univariate and bivariatechi square at a 5%.this research has been conducted in may-june 2014, with the results: the majority(49.1%) of respondents believe that service quality was not good, small proportion(18.7%) of respondents believethat the marketing mixwas not good, a minority of respondents (35.1%) were less well argued about loyalty, a minority of respondents (33.9%) did not choose hasanuddin hospital care if needed hospitalized health services again. There was no significant relationship between the quality of health care with the patients choice related to health care ($p = 0.516$), there was no significant relationship between marketing mix with patients decision in choosing health services ($p = 1.000$), there was no significant relationship between patient loyalty with patients decision in choosing health services ($p = 0.697$).

Keywords: *marketing mix; patient loyalty; patient decision; quality of services.*

ABSTRAK

Permintaan pelayanan kesehatan di indonesia semakin menurun, banyak kurang puas dengan pelayanan kesehatan yang diberikan oleh rumah sakit. Faktor berpengaruh : kualitas pelayanan dan bauran pemasaran. Dari 6 pasien diwawancara, 3 pasien mengatakan ingin memilih rumah sakit lain jika memerlukan jasa rawat inap lagi. Tujuan penelitian :untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan loyalitas dengan keputusan pasien memilih jasa pelayanan kesehatan .jenis penelitian yaitu deskriptif analitik. Populasi adalah pasien yang dirawat di rsud hasanuddin damrah tahun 2014, sampel 171 orang.teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Analisis data dilakukan secara univariat dan bivariat dengan chi square padaα 5%. Penelitian dilaksanakan bulan mei-juni 2014 dengan hasil separuh (49,i%) responden berpendapat kualitas pelayanan adalah kurang baik, sebagian kecil (18,7%) responden berpendapat bauran pemasaran adalah kurang baik, sebagian kecil (35,1%) responden berpendapat loyalitas pasien adalah kurang baik, sebagian kecil (33,9%) responden tidak memilih rsud hasanuddin damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali. Tidak terdapat hubungan signifikan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pasien memilih jasa pelayanan kesehatan ($p = 0,516$), tidak terdapat hubungan signifikan antara bauran pemasaran dengan keputusan pasien memilih jasa

pelayanan kesehatan ($p = 1,000$), tidak terdapat hubungan signifikan loyalitas pasien dengan keputusan pasien memilih jasa pelayanan kesehatan ($p = 0,697$).

Kata kunci : kualitas pelayanan; bauran pemasaran; loyalitas pasien; keputusan pasien

PENDAHULUAN

Semakin keritisnya masyarakat saat ini terhadap pelayanan kesehatan yang diterimanya dan semakin ketatnya persaingan di era pasar bebas, menuntut banyak hal dalam pelayanan kesehatan di Rumah Sakit yang harus dibenahi khususnya kualitas pelayanan (Sujana 2009). Menurut (Kotler 2007), kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan termasuk pelayanan kesehatan. Hasil penelitian Mahdani (2010), adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kunjungan ulang pasien di RSUD Sigli ($p = 0,025$).

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Swastha dan Irawan, 2001). Menurut Sulistiadi (2002), kurang berhasilnya pemasaran diantaranya akibat kurangnya Rumah Sakit berpihak pada kepentingan klien, karena apa yang telah disampaikan saat dipasarkan seringkali tidak sesuai dengan apa yang didapatkan klien, dan ini tentunya akan menimbulkan *image* yang tidak baik untuk rumah sakit tersebut. Hasil penelitian Dumpapa (2010), adanya hubungan antara *price* ($p = 0,016$),

dan *process* ($p = 0,019$) dengan keputusan memilih rawat inap di RSUD Bitung.

Lovelock (2007), menyatakan bahwa sebelum pelanggan membeli suatu jasa, pelanggan memiliki harapan tentang kualitas jasa yang didasarkan pada kebutuhan-kebutuhan pribadi, pengalaman sebelumnya, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan iklan penyedia jasa (pemasaran). 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 (Trisnantoro, 2004). Hasil penelitian Wirianti (2008), menunjukkan loyalitas pasien mempunyai pengaruh terhadap keputusan pasien rawat inap bangsal dahlia di RSUD Kota Yogyakarta ($p = 0,000$).

Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, sedangkan pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut (Hasan, 2008). Keuntungan loyalitas dapat dikatakan bersifat jangka panjang dan kumulatif, dimana meningkatnya loyalitas pelanggan dapat menyebabkan profitabilitas yang lebih tinggi, dan basis keuangan yang lebih stabil. Selain itu perusahaan yang dapat mempertahankan pelanggannya akan mendapatkan banyak keuntungan (Tatik, 1998 dalam Pornomo, 2009). Menurut (Arief 2006), bila loyalitas pasien terbentuk maka profitabilitas dan pertumbuhan pendapatan organisasi akan terjamin.

Rumah Sakit Umum Hasanuddin Damrah merupakan Rumah Sakit Umum

tipe C yang memberikan jasa pelayanan kesehatan di Bengkulu Selatan, baik rawat inap maupun rawat jalan. Pelayanan rawat inap RSUD Hasanuddin Damrah terdiri dari ruang Vip, ruang penyakit dalam, ruang bedah, dan ruang anak.

Berdasarkan survey awal yang dilakukan peneliti indikator pelayanan rawat inap RSUD Hasanuddin Damrah untuk pencapaian *Bed Occupancy Ratio* (BOR) pada tahun 2011 sebesar 65,07%, sedangkan pada tahun 2012 terjadi penurunan menjadi 62,8% (turun 2,27%). Sedangkan jumlah kunjungan pasien rawat inap tahun 2011 berjumlah 4840 orang, sedangkan pada tahun 2012 berjumlah 5685 orang. Jumlah kunjungan pasien rawat inap tahun 2011-2012 mengalami kenaikan dikarenakan penambahan jumlah tempat tidur di RSUD Hasanuddin Damrah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 6 orang pasien yang dirawat di ruang rawat inap RSUD Hasanuddin Damrah, 4 orang pasien mengatakan pelayanan kesehatan yang diberikan oleh pihak Rumah Sakit masih kurang, sedangkan 2 orang pasien mengatakan pelayanan kesehatan yang diberikan sudah baik. Dari 4 orang pasien yang di rawat inap, 2 orang pasien mengatakan fasilitas perawatan masih kurang, 1 orang pasien mengatakan waktu tunggu untuk pemeriksaan dokter yang lama, dan 1 orang pasien mengatakan proses penanganan terhadap keluhan pasien masih lambat dan perawat sering tidak ada diruangannya saat diperlukan. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti di ruang rawat inap RSUD Hasanuddin Damrah perawat yang dinas sore melakukan dinas perorangan dan pergantian dinas

dilakukan/2 jam. Dari 6 orang pasien yang diwawancarai 3 orang pasien mengatakan ingin memilih rumah sakit lain jika memerlukan jasa rawat inap lagi.

Tujuan penelitian ini Untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan loyalitas dengan keputusan pasien memilih jasa pelayanan kesehatan di RSUD Hasanuddin Damrah Bengkulu Selatan tahun 2014.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah analitik dengan rancangan *cross sectional*. Populasi penelitian ini adalah pasien yang dirawat di RSUD Hasanuddin Damrah Bengkulu Selatan tahun 2014 dengan jumlah kunjungan pasien rawat inap tahun 2012 berjumlah 5685 orang.

Sampel pada penelitian diambil dengan tehnik *randomsampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioer kepada responden. Jenis data yang digunakan juga adalah data skunder yang diperoleh dari pendokumentasian asuhan keperawatan yang didapat dengan cara melihat status klien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Univariat

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui distribusi frekuensi dari masing-masing variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran dan Keputusan Pasien di RSUD Hasanuddin Damrah Bengkulu Selatan 2014. Adapun hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapat Tentang Kualitas Pelayanan di RSUD Hasanuddin Damrah

| No | Kualitas Pelayanan | Frekuensi | Persentase (%) |
|-------|--------------------|-----------|----------------|
| 1 | Kurang Baik | 84 | 49,1 |
| 2 | Baik | 87 | 50,9 |
| Total | | 171 | 100,0 |

(132-140)

Dari tabel 1 dapat diketahui bahwa tentang kualitas pelayanan di RSUD separuh (49,1%) responden berpendapat Hasanuddin Damrah adalah kurang baik.

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapat Tentang Bauran Pemasaran di RSUD Hasanuddin

| No | Bauran Pemasaran | Frekuensi | Persentase (%) |
|-------|------------------|-----------|----------------|
| 1 | Kurang Baik | 32 | 18,7 |
| 2 | Baik | 139 | 81,3 |
| Total | | 171 | 100,0 |

Tabel 2. dapat diketahui bahwa berpendapat bauran pemasaran di RSUD sebagian kecil (18,7%) responden Hasanuddin Damrah adalah kurang baik.

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapat Tentang Loyalitas Pasien di RSUD Hasanuddin Damrah

| No | Loyalitas Pasien | Frekuensi | Persentase (%) |
|-------|------------------|-----------|----------------|
| 1 | Kurang Baik | 60 | 35,1 |
| 2 | Baik | 111 | 64,9 |
| Total | | 171 | 100,0 |

Tabel 3 dapat diketahui bahwa berpendapat loyalitas pasien di RSUD sebagian kecil (35,1%) responden Hasanuddin Damrah adalah kurang baik.

Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapat Tentang Keputusan Pasien di RSUD Hasanuddin Damrah

| No | Keputusan Pasien | Frekuensi | Persentase (%) |
|-------|------------------|-----------|----------------|
| 1 | Tidak Memilih | 58 | 33,9 |
| 2 | Memilih | 113 | 66,1 |
| Total | | 171 | 100,0 |

Tabel 4 dapat diketahui bahwa sebagian kecil (33,9%) responden tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali.

variabel indeviden (Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran, dan Loyalitas Pasien) dengan variabel devenden (Keputusan Pasien) di RSUD Hasanuddin Damrah 2014 dengan menggunakan uji *Chi-square* pada α 5%. Analisis bivariat dilakukan dengan menggunakan uji *chisquere*.

b. Analisis Bivariat

Analisis bivariat digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara

Tabel 4. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pasien Memilih Jasa Pelayanan Kesehatan di RSUD Hasanuddin Damrah

| Kualitas Pelayanan | Keputusan Pasien | | Jumlah | x ² | P |
|--------------------|--------------------------------------|--------------------------------|---------------|----------------|-------|
| | Tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah | Memilih RSUD Hasanuddin Damrah | | | |
| Kurang Baik | 31 36,9% | 53 63,1% | 84 100,0% | 0,421 | 0,516 |
| Baik | 27 31,0% | 60 69,0% | 87 100,0% | | |
| Total | 58 33,9% | 133 66,1% | 171 100,0% | | |

Dari table 4 diatas, 84 responden yang berpendapat kualitas pelayanan kurang baik, ada 31 orang (36,9%) yang memiliki keputusan tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali, sedangkan dari 87 responden yang berpendapat kualitas pelayanan baik, ada 27 orang (31,0%) yang memiliki keputusan tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali.

Hasil uji statistik dengan menggunakan *uji chi square* diperoleh nilai $p = 0,516$ lebih besar dari $\alpha = 0,05$ artinya tidak ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pasien memilih jasa pelayanan kesehatan di RSUD Hasanuddin Damrah.

Dari 32 responden yang berpendapat bauran pemasaran kategori kurang baik, ada 11 orang (34,4%) yang memiliki keputusan tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali, sedangkan dari 139 responden yang berpendapat bauran pemasaran baik, ada 47 orang (33,8%) yang memiliki keputusan tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali.

Hasil uji statistik dengan menggunakan *uji chi squerenilai* $p = 1,000$ lebih besar dari $\alpha = 0,05$ artinya tidak ada hubungan antara bauran pemasaran dengan keputusan pasien memilih jasa pelayanan kesehatan di RSUD Hasanuddin Damrah.

Dapat diketahui dari 60 responden dengan loyalitas kurang baik, ada 22 orang (36,7%) yang memiliki keputusan tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali, sedangkan dari 111 responden dengan loyalitas baik, ada 36 orang (32,4%) yang memiliki keputusan tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali.

Selanjutnya dilakukan analisis dengan uji *Chi-square* didapatkan nilai $p = 0,697$ lebih besar dari $\alpha = 0,05$ artinya tidak ada hubungan antara loyalitas pasien dengan keputusan pasien memilih jasa pelayanan kesehatan di RSUD Hasanuddin Damrah.

PEMBAHASAN

Hubungan kualitas pelayanan dengan keputusan pasien memilih jasa pelayanan kesehatan di RSUD Hasanuddin Damrah

Hasil penelitian menunjukkan separuh (49,1%) responden berpendapat kurang baik tentang kualitas pelayanan. Hasil penelitian juga meyakini bahwa dari 84 responden yang berpendapat kualitas pelayanan kurang baik, ada 31 orang (36,9%) yang memiliki keputusan tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali, sedangkan dari 87 responden yang berpendapat kualitas pelayanan baik, ada 27 orang (31,0%) yang memiliki keputusan tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali.

Hasil penelitian menunjukkan tidak ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pasien memilih jasa pelayanan kesehatan di RSUD Hasanuddin Damrah ($p = 0,516$). Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Mahdani (2010), yang menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kunjungan ulang pasien di RSUD Sigli ($p = 0,025$). Hasil penelitian juga tidak sejalan dengan pendapat Santerre dan Neun (2000) dalam Andhika (2010), yang mengatakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap jumlah permintaan pelayanan kesehatan (*quantity demanded*) diantaranya kualitas pelayanan (*quality of care*).

Menurut Kotler (2007), kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan

suatu pelayanan termasuk pelayanan kesehatan. Kualitas layanan kesehatan berpengaruh positif terhadap permintaan layanan kesehatan, kualitas layanan meliputi penilaian mengenai keputusan dokter, penanganan medis yang dilakukan, tingkat kemanjuran dll. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan maka semakin tinggi permintaan terhadap pelayanan kesehatan (Santerre & Neun, 2000 dalam Andhika 2010).

Berdasarkan wawancara dengan beberapa pasien yang rawat inap di RSUD Hasanuddin Damrah, pasien tidak terlalu mengutamakan kualitas pelayanan yang diberikan di RSUD Hasanuddi Damrah, walaupun kualitas pelayanan yang diterima pasien belum terlalu baik tetapi pasien tetap akan memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan jasa pelayanan kesehatan kembali karena RSUD Hasanuddin Damrah merupakan RSUD satu-satunya yang berada di Kabupaten Bengkulu Selatan serta melayani Jamkesmas dan biayanya terjangkau dibandingkan dengan berobat ketempat lain.

Hubungan bauran pemasaran dengan keputusan pasien memilih jasa pelayanan kesehatan di RSUD Hasanuddin Damrah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian kecil (18,7%) responden berpendapat kurang baik tentang bauran pemasaran. Hasil penelitian juga menyatakan bahwa dari 32 responden yang berpendapat bauran pemasaran kategori kurang baik, ada 11 orang (34,4%) yang memiliki keputusan tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali, sedangkan dari 139 responden yang berpendapat bauran pemasaran baik, ada 47 orang (33,8%) yang memiliki keputusan tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali.

Hasil penelitian menunjukkan tidak ada hubungan antara bauran pemasaran dengan keputusan pasien memilih jasa pelayanan kesehatan di RSUD Hasanuddin Damrah ($p = 1.000$). Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Dumpapa (2010), yang menunjukkan adanya hubungan antara *price* ($p = 0,016$), dan *process* ($p = 0,019$) dengan keputusan memilih rawat inap di RSUD Bitung. Hasil penelitian juga tidak sejalan dengan pendapat Santerre dan Neun (2000) dalam (Andhika Widyatama Putra 2010), yang mengatakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap jumlah permintaan pelayanan kesehatan (*quantity demanded*) diantaranya bauran pemasaran (biaya, lokasi, proses). Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006).

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Swastha dan Irawan, 2001). Menurut Sulistiadi (2002), kurang berhasilnya pemasaran diantaranya akibat kurangnya Rumah Sakit berpihak pada kepentingan klien, karena apa yang telah disampaikan saat dipasarkan seringkali tidak sesuai dengan apa yang didapatkan klien, dan ini tentunya akan menimbulkan *image* yang tidak baik untuk rumah sakit tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pasien yang dirawat inap di RSUD Hasanuddin Damrah, bauran pemasaran di RSUD Hasanuddin Damrah tidak berpengaruh bagi pasien untuk memilih berobat di RSUD Hasanuddin Damrah. Pasien memilih jasa pelayanan kesehatan di RSUD hasanuddin Damrah

dikarenakan RSUD Hasanuddin Damrah adalah RSUD satu-satunya yang berada di Kabupaten Manna Bengkulu selatan serta tersedia ruangan kelas III dan melayani Jamkesmas.

Hubungan loyalitas pasien dengan keputusan pasien memilih jasa pelayanan kesehatan di RSUD Hasanuddin Damrah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian kecil (35,0%) responden berpendapat kurang baik tentang loyalitas pasien. Dari 60 responden dengan loyalitas kurang baik, ada 22 orang (36,7%) yang memiliki keputusan tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali, sedangkan dari 111 responden dengan loyalitas baik, ada 36 orang (32,4%) yang memiliki keputusan tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali.

Hasil penelitian menunjukkan tidak ada hubungan antara loyalitas pasien dengan keputusan pasien memilih jasa pelayanan kesehatan di RSUD Hasanuddin Damrah ($p = 0,697$). Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Wirianti (2008), yang menunjukkan loyalitas pasien mempunyai pengaruh terhadap keputusan pasien rawat inap bangsal dahlia di RSUD Kota Yogyakarta ($p = 0,000$). Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan pendapat Trisnantoro (2004), jika jasa yang dirasa 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.

Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, sedangkan pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa

tersebut (Hasan, 2008). Menurut (Arief 2006), bila loyalitas pasien terbentuk maka profitabilitas dan pertumbuhan pendapatan organisasi akan terjamin.

Loyalitas pasien di RSUD Hasanuddin Damrah cukup baik, berdasarkan wawancara dengan pasien yang dirawat di RSUD Hasanuddin Damrah, pasien memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika memerlukan jasa pelayanan kesehatan rawat inap dikarenakan RSUD Hasanuddin Damrah merupakan RSUD satu-satunya yang memberikan pelayanan kesehatan rawat inap di Kabupaten Manna Bengkulu Selatan tersedia ruangan untuk kelas III, melayani Jamkesmas dan biayanya lumayan terjangkau dibanding berobat ketempat lain.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya tentang hubungan motivasi dan masa kerja dengan pelaksanaan pendokumentasian asuhan keperawatan di ruang Teratai dan Flamboyan RSUD Dr. M. Yunus Bengkulu tahun 2012, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari 84 responden yang berpendapat kualitas pelayanan kurang baik, ada 31 orang (36,9%) yang memiliki keputusan tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali, sedangkan dari 87 responden yang berpendapat kualitas pelayanan baik, ada 27 orang (31,0%) yang memiliki keputusan tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali.
2. Dari 32 responden yang berpendapat bauran pemasaran kategori kurang baik, ada 11 orang (34,4%) yang memiliki keputusan tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali, sedangkan dari

(132-140)

- 139 responden yang berpendapat bauran pemasaran baik, ada 47 orang (33,8%) yang memiliki keputusan tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali.
3. Dari 60 responden dengan loyalitas kurang baik, ada 22 orang (36,7%) yang memiliki keputusan tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali, sedangkan dari 111 responden dengan loyalitas baik, ada 36 orang (32,4%) yang memiliki keputusan tidak memilih RSUD Hasanuddin Damrah jika membutuhkan pelayanan kesehatan rawat inap kembali.
 4. tidak ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pasien memilih jasa pelayanan kesehatan di RSUD Hasanuddin Damrah ($p = 0,516$).
 5. tidak ada hubungan antara bauran pemasaran dengan keputusan pasien memilih jasa pelayanan kesehatan di RSUD Hasanuddin Damrah ($p = 1.000$).
 6. tidak ada hubungan antara loyalitas pasien dengan keputusan pasien memilih jasa pelayanan kesehatan di RSUD Hasanuddin Damrah ($p = 0,697$).

Kepada pihak RSUD melalui Bagian pengembangan pelayanan rumah sakit perlu untuk meningkatkan ilmu pengetahuan sumber daya keperawatan agar bisa menghasilkan produk yang berkualitas karena produk berkualitas mampu meningkatkan loyalitas pasien.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian tidak terlepas dari kesulitan dan hambatan, namun berkat bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak akhirnya penelitian ini dapat diselesaikan. Kami mengucapkan terima kasih kepada Akper 'Aisyiyah Padang beserta rekan-

rekan dan Kepala RSUD Hasanuddin Damrah beserta jajaran yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian di RSUD Hasanuddin Damrah.

Dengan segala kerendahan hati semoga hasil penelitian ini berguna dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan

DAFTAR PUSTAKA

- Andhika Widyatama Putra. 2010. "Analisis Permintaan Penggunaan Layanan Kesehatan Pada Rumah Sakit Umum Milik Pemerintah Di Kabupaten Semarang." http://eprints.undip.ac.id/23147/1/FULL_TEXT.pdf.
- Arief. 2006. *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Kotler. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedu. Jakarta: PT Indeks.
- Sujana, Mohd Nurwandi. 2009. "Produk Jasa Studi Kasus Pada Rumah Sakit Karya Bhakti." *Ilmiah Ranggagading* 9(2): 137-47.
- Sulistiadi. 2002. *Fungsi Pemasaran Rumah Sakit di Indonesia*. Artikel Jurnal Marsi Vol.3 No.3.
- Swastha. 2005. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Trisnantoro, 2004. *Memahami Penggunaan Ilmu Ekonomi Dalam Manajemen Rumah Sakit*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Wijono, 2000. *Manajemen Mutuh Pelayanan Kesehatan*. Surabaya: Airlangga University Press.