

## **Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran Dan Fasilitas Produk Alat Kesehatan Pada Peningkatan Jumlah Pasien di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok**

Fitriana Putriadi<sup>1</sup>, Dicky Yulius Pangkey<sup>2</sup>, Nurminingsih<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Administrasi Rumah Sakit, Universitas Respati Indonesia Jakarta

<sup>1</sup> fitriana.putriadi@gmail.com

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi pemasaran (harga, promosi, SDM, pelayanan) dan fasilitas alat kesehatan (kualitas dan kuantitas) terhadap peningkatan jumlah pasien di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Penelitian ini melibatkan 200 orang pasien berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Metode analisis menggunakan Smart PLS 3.0. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi bahwa strategi pemasaran yaitu promosi, SDM, pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah pasien sedangkan harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah pasien. Pada fasilitas alat kesehatan dalam hal kualitas dan kuantitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah pasien di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Sehingga implikasi bagi pihak manajemen Rumah Sakit Citra Arafiq Depok agar dapat menjadikan strategi pemasaran (harga, promosi, SDM, pelayanan) dan fasilitas alat kesehatan (kualitas dan kuantitas) sebagai instrument yang dapat meningkatkan jumlah pasien yang memutuskan memilih Rumah Sakit Citra Arafiq Depok.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran; Fasilitas Produk Alat Kesehatan; Peningkatan Jumlah Pasien.**

### **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the influence of marketing strategies (price, promotion, human resources, service) and medical equipment facilities (quality and quantity) on increasing the number of patients at Citra Arafiq Hospital, Depok. The method used in this research is a quantitative method. This study involved 200 patients based on predetermined criteria. The analysis method uses Smart PLS 3.0. The results of this study confirm that marketing strategies, namely promotion, human resources, service, have a positive and significant effect on increasing the number of patients, while price has a negative and significant effect on increasing the number of patients. Health equipment facilities in terms of quality and quantity have proven to have a positive and significant effect on increasing the number of patients at Citra Arafiq Hospital, Depok. So that the management of Citra Arafiq Hospital Depok can implement marketing strategies (price, promotion, human resources, service) and medical equipment facilities (quality and quantity) as instruments that can increase the number of patients who decide to choose Citra Arafiq Hospital Depok.*

**Keywords: Marketing strategy; Medical Device Product Facilities; Binding of Number of Patients.**

## PENDAHULUAN

Mendapatkan pelayanan kesehatan merupakan hak asasi manusia dan dijamin oleh UUD 1945[1]. Mendapatkan pelayanan kesehatan merupakan salah satu hak dasar penduduk Indonesia disamping pelayanan pendidikan dan perlindungan hukum. Kesehatan menjadi isu penting terkait dengan dampak akan perubahan lingkungan akibat perkembangan dunia saat ini [2]. Pelayanan kesehatan merupakan tempat atau fasilitas yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk memelihara, meningkatkan kesehatan, mencegah, menyembuhkan, dan memulihkan kesehatan dari kondisi sakit [3]. Perlindungan hukum hak atas mendapatkan pelayanan kesehatan dimuat dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan. Pasal 4 menyatakan “Setiap orang berhak atas kesehatan”. Keberadaan layanan kesehatan merupakan salah satu hal penting yang sebaiknya tidak disepelekan begitu saja. Hal tersebut diharapkan dapat membantu memperbaiki tingkat kesadaran masyarakat akan kesehatan mereka [4].

Rumah sakit merupakan salah satu lembaga yang bergerak di bidang pelayanan jasa kesehatan dengan tanggung jawab memberikan pelayanan perorangan secara paripurna yang meliputi pelayanan kesehatan promotif (peningkatan kesehatan), preventif (pencegahan penyakit), kuratif (penyembuhan) dan rehabilitatif (pemulihan) [5]. Buruknya fasilitas dan pelayanan jasa kesehatan kepesertaan BPJS kesehatan yang diberikan rumah sakit kepada pasien sudah disadari mengakibatkan banyak kerugian baik bagi rumah sakit maupun bagi pasien. Survei membuktikan bahwa tidak setiap konsumen yang kecewa dengan pelayanan perusahaan dengan senang hati menyampaikan keluhannya. Artinya, meski pasien tidak menyampaikan keluhannya bukan berarti secara otomatis dianggap puas dengan pelayanan BPJS di rumah sakit. Temuan yang didapatkan TARP (*Technical Assistance Research Program*) di Washington, D.C. mendapati kenyataan bahwa 96% konsumen yang tidak puas justru secara

diam-diam beralih ke jasa pesaing (Lupiyoadi & Hamdani, 2019). Itu artinya, diamnya pasien merupakan sinyal buruk bagi rumah sakit. Karena 4% yang menyampaikan keluhan biasanya adalah mereka yang benar-benar setia atau membutuhkan jasa rumah sakit. Indikasi ini bermakna, setiap satu pasien yang tidak puas pada dasarnya mewakili 25 pasien lain yang kecewa. Bila setiap hari ada 100 pasien yang mengeluh, berarti terdapat 2.500 pasien yang kecewa. Dunia kesehatan di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat, hal ini dapat dilihat dari jumlah rumah sakit yang ada saat ini di Indonesia terus bertambah. Perluasan rumah sakit tidak hanya terjadi di kota besar saja, namun hingga pelosok Indonesia [6]. Perkembangan tersebut salah satunya disebabkan karena tuntutan dari pasien. Salah satu faktor yang mempengaruhi kegiatan rumah sakit dalam terselenggaranya pelayanan kesehatan yang diberikan yaitu peran pasien, karena dari situlah dapat diukur keberhasilan tujuan rumah sakit [7].

Penduduk Indonesia berdasarkan Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) mulai diterapkan pada tahun 2014 yang secara bertahap menuju ke *Universal Health Coverage*. Hal ini menuntut tenaga kesehatan lebih kompeten untuk memberikan pelayanan keperawatan kepada pasien peserta JKN baik di Rumah Sakit Negeri ataupun Rumah Sakit Swasta yang telah ditunjuk. Tujuan Jaminan Kesehatan secara umum yaitu mempermudah masyarakat untuk mengakses pelayanan kesehatan yang bermutu. Penerapan Jaminan Kesehatan Nasional dibawah BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) kesehatan yang dinilai merupakan tonggak awal dimulainya perubahan layanan kesehatan akan tetapi dalam perjalanannya justru merugikan warga secara nasional, sistem kepesertaan BPJS kesehatan yang demikian menunjukkan tidak adanya sinkronisasi antara BPJS kesehatan dengan Pemerintah Provinsi dan Kemenkes secara baik. Seolah-olah BPJS dipaksakan beroperasi pada tanggal 1 Januari 2014 tanpa disertai dengan kesiapan pelaksanaan secara matang, warga miskin dan rentan miskin menjadi peserta JKN.

BPJS Kesehatan mencatat adanya perkembangan jumlah kepesertaan Program JKN di tahun 2021. Per Desember 2021, jumlah kepesertaan Program JKN mencapai 235,7 juta jiwa atau sekitar 86% dari jumlah total penduduk Indonesia. "Kepesertaannya baik dari PBU, ataupun PPU, PBPU BP Pemda, ataupun BP itu totalnya 235.719.262 jiwa. Sehingga yang belum sampai Desember 2021 13,93%. Kalau kita lihat cakupannya, di Desember 2021 yang sudah mendapatkan UHC itu ada 5 provinsi, 127 kabupaten, 50 kota. Total ada 177 kabupaten/kota. Di Mei 2022, meningkat menjadi 13 provinsi, 173 kabupaten, 62 kota. Totalnya 235 kabupaten/kota UHC. Ini tentunya berkat dukungan dan kerja keras semua pihak BPJS Kesehatan dan semua pemangku kepentingan," ujar Direktur Utama BPJS Kesehatan, Ghufroon Mukti di acara Public Expose Pengelolaan Program dan Keuangan BPJS Kesehatan Tahun 2021.

Kepuasan layanan yang memenuhi kriteria akan memperoleh pelanggan yang loyal serta memperoleh citra yang baik dalam masyarakat. Proses pelayanan kepada konsumen terkadang tetap menemui kendala yaitu adanya ketidakpuasan dalam pelayanan sehingga memunculkan adanya keraguan dalam memilih institusi kesehatan [8]. Berdasarkan data *National Health Care Group International Business Dev Unit (NHC-IBDU)* menunjukkan dari tahun 2017 jumlah masyarakat yang berobat keluar negeri semakin meningkat, itu terbukti dengan adanya peningkatan jumlah masyarakat yang berobat di luar negeri sebanyak 600 ribu orang, pada beberapa negara seperti Singapura, Malaysia, Australia dan beberapa negara di Eropa dan Amerika. Pada tahun 2020 masyarakat Indonesia lebih memilih berobat keluar negeri, saat ini terdapat kurang lebih 200 ribu pasien yang berobat ke beberapa negara seperti Singapura dan Malaysia. Hal ini tentunya menunjukkan lemahnya daya saing rumah sakit lokal serta terjebak dalam ketatnya persaingan global antar rumah sakit yang dinilai mempunyai peranan yang cukup penting adalah menyelenggarakan pelayanan kesehatan [9]. Fathinnisa dan Ekowati[10] menyebutkan bahwa

alasan pasien lebih memilih berobat di luar negeri dikarenakan akses fasilitas yang tidak memadai serta permasalahan indikator bauran pemasaran yang bermasalah.

Penurunan jumlah kunjungan pasien menjadi permasalahan yang harus diperhatikan oleh manajemen rumah sakit. Jumlah kunjungan pasien yang menurun akan berpengaruh terhadap pendapatan rumah sakit. Dampak lainnya adalah kegiatan operasional rumah sakit yang terganggu [11]. Upaya manajemen Rumah Sakit untuk meningkatkan jumlah kunjungan yaitu mengembangkan strategi pemasaran serta berkaitan dengan alat medis yang disediakan rumah sakit dalam menarik pasien sebagai penerima (pengguna) jasa pelayanan [12], [13]. Preferensi pasien menggambarkan rumah sakit mana yang merupakan keputusan final pasien tersebut untuk berobat. Pemahaman tentang preferensi sangat penting bagi pihak manajemen rumah sakit agar dapat meningkatkan mutu pelayanan dan mendapatkan lebih banyak pasien [14].

Persaingan dunia usaha sangat ketat dan tajam, perusahaan dituntut untuk mengikuti perkembangan jaman untuk dapat bisa bersaing. Terutama bisnis pada sector kesehatan yang memerlukan berbagai sarana dan prasarana, infrastruktur serta SDM [13]. Melihat fenomena di atas, keunggulan-keunggulan yang dimiliki rumah sakit harus mampu memberikan sesuatu yang kreatif dan inovatif, sehingga dapat dimanfaatkan secara optimal dalam upaya memberikan pelayanan terbaik pada pasien, pengunjung rumah sakit lainnya maupun masyarakat luas [15]. Tuntutan masyarakat akan pelayanan kesehatan semakin meningkat setiap tahunnya. Persaingan yang tinggi dalam bidang rumah sakit membuat semuanya berusaha tetap bertahan agar dapat terus beroperasi [16]. Upaya manajemen rumah sakit untuk meningkatkan jumlah kunjungan pasien salah satunya adalah dengan mendesain strategi pemasaran rumah sakit [11]. Agar suatu perusahaan dapat melaksanakan kegiatan pemasaran dengan baik sesuai dengan tujuan yang diinginkan, maka perusahaan harus

menerapkan strategi yang sesuai dengan lingkungan pemasarannya, yang disebut strategi pemasaran [17].

Pemasaran terdiri dari tindakan-tindakan yang menyebabkan berpindahnya hak milik atas barang serta jasa dan yang menimbulkan distribusi fisik mereka. Proses pemasaran meliputi aspek fisik dan non fisik, seperti pengangkutan barang sampai ke tempat yang memerlukannya, jadi aspek fisiknya, sedangkan aspek non fisiknya adalah penjual harus paham dengan apa yang dibelinya dan juga pembelinya. perlu mengetahui apa yang mereka jual [18]. Menurut Stoner dkk., dalam Soewoto dkk., [19] mendefinisikan konsep strategi berdasarkan dua perspektif yang berbeda, yaitu perspektif apa yang ingin dilakukan oleh organisasi dan perspektif apa yang akhirnya organisasi lakukan.

Menurut Nurminingsih dkk [20] bahwa suatu organisasi dapat menyadari pentingnya komponen pemasaran dalam menghasilkan strategi pemasaran yang terbaik dan tepat untuk diterapkan. Karena pemasaran adalah salah satu peluang pasar yang paling penting dalam pertimbangan konsumen ketika mengambil keputusan pembelian suatu produk, maka penting untuk memahami cara kerja pemasaran. Tanpa memperhatikan kebutuhan konsumen, hampir dapat dipastikan perusahaan akan kehilangan banyak peluang untuk mendapatkan pelanggan dan barang yang ditawarkan akan sia-sia jika tidak menyesuaikan praktik bisnisnya .

Menurut Tjiptono and Chandra Rendelagi dkk. [21] bahwa strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan cara mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambung melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Menurut Mahyardiani dkk.[22] bahwa dalam menjamin kepuasan konsumen diperlukan adanya strategi pemasaran yang tepat guna. Tujuannya agar dapat memaksimalkan kepuasan dan loyalitas pasien dalam memilih pada institusi yang bergerak dalam bidang kesehatan. Kartika dan Cahyadi[23] menambahkan bahwa strategi

pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran. citra dan reputasi rumah sakit. Menurut Zakaria and Nadjib[24] strategi pemasaran rumah sakit bertujuan untuk meningkatkan utilisasi pelayanan dengan memberikan pelayanan kesehatan yang sesuai kebutuhan dan mengutamakan kepuasan konsumen. Strategi pemasaran akan berdampak pada citra rumah sakit dengan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap rumah sakit tersebut. Keputusan pasien atau keluarganya dalam memilih rumah sakit atau menggunakan jasa pelayanan yang disediakan akan memberikan kontribusi dalam meningkatkan jumlah kunjungan pasien [24].

Selain strategi pemasaran, fasilitas alat kesehatan merupakan salah satu faktor pendukung tercapainya tujuan perusahaan sebagai pelayanan perusahaan jasa kepada pengguna jasa. Menurut Leebov, Vergare dan Scott dalam Soemaryo et al.[25] yang juga ikut mempengaruhi kepuasan konsumen adalah fasilitas, kelengkapan fasilitas turut menentukan penilaian kepuasan pasien. Macam dan jenis fasilitas kesehatan ini dapat dibedakan bermacam-macam menurut kegunaannya, namun bila dilihat secara garis besarnya saja dibedakan menjadi medis dan non medis. Sarana pelayanan kesehatan meliputi alat-alat kesehatan seperti alat pemeriksaan kesehatan, alat-alat yang digunakan dokter untuk merawat pasien, alat bedah, dan lain sebagainya [25].

Seiring dengan bertambahnya populasi di Indonesia dan keadaan perekonomian yang semakin maju, maka kesadaran masyarakat terhadap kesehatan semakin meningkat. Hal ini dapat meningkatkan jumlah pengunjung rumah sakit. Rumah Sakit perlu meningkatkan fasilitas, khususnya kebutuhan fasilitas alat kesehatannya [26]. Rumah sakit adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa, dimana dalam menjalankan kegiatannya diperlukan teknologi, alat-alat medis, pelayanan fasilitas dan sarana yang memadai, penyediaan makanan, peralatan serta sistem manajemen yang terkoordinasi

dengan baik, karena pelayanan dan fasilitas dengan kualitas yang terbaik akan dipilih oleh para pasien [27].

Perhatian terkini dalam pelayanan kesehatan tertuju pada desain arsitektur sebenarnya dari fasilitas rumah sakit, termasuk teknologi dan peralatannya, serta pengaruhnya terhadap keselamatan pasien., Rumah sakit beserta desain fasilitas nya, peralatan dan teknologinya, secara historis belum mempertimbangkan dampaknya terhadap kualitas dan keselamatan pasien, namun miliaran dolar telah dan akan diinvestasikan setiap tahunnya pada fasilitas layanan kesehatan [28]. Tjiptoherijanto dan Abidin dalam Yusuf[29] menyatakan pelayanan kesehatan masih memiliki masalah-masalah salah satunya yaitu sarana dan prasarana seperti halnya keterbatasan alat medis maupun obat-obatan. Tersedianya fasilitas kesehatan yang memadai dalam suatu pelayanan tentu akan memudahkan penerima pelayanan dalam menggunakan jasa pelayanan. Kelengkapan dan kemudahan penggunaan fasilitas kesehatan melalui sarana dan prasarana yang memadai akan menjadi suatu indikator penentu terhadap kepuasan pasien dalam menerima pelayanan. Sehingga, memicu terjadinya perubahan pandangan masyarakat terhadap fasilitas kesehatan, dari sebuah kebutuhan menjadi sebuah pilihan bagi masyarakat. [30].

Prinsip bahwa "bangsal rumah sakit harus terisi" atau "peralatan medis harus digunakan" dapat menimbulkan *Supplier Induced Demand*. Mengukur *demand* merupakan hal yang penting karena secara tradisional pembelian peralatan harus diperhitungkan[31]. Fasilitas dapat diukur melalui manfaat atau dari apa yang telah disediakan oleh rumah sakit, apabila fasilitas yang disediakan oleh pihak rumah sakit memadai dan bisa memenuhi keinginan para pasien maka akan berdampak baik pula bagi perkembangan dan keberhasilan rumah sakit [30]. Penelitian ini menggunakan dua aspek dalam hal fasilitas produk alat kesehatan yaitu dalam hal kualitas dan kuantitas alat kesehatan di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok.

Berdasarkan observasi awal ditemukan beberapa masalah yang memungkinkan menjadi faktor penyebab penurunan jumlah kunjungan pasien. Melihat data yang diperoleh dari Rumah Sakit Citra Arafiq Depok menunjukkan angka kunjungan pasien yang menurun pada tahun 2018 dan 2019. Namun pada masa pandemi covid-19 yaitu pada tahun 2020, 2021 terjadi kenaikan angka kunjungan pasien. Pada tahun 2022 dan 2023 terjadi penurunan pasien yang ditenggarai menurunnya jumlah pasien covid-19 sehingga jumlah pasien menurun. Hasil observasi mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi fluktuasi kunjungan pasien di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok selain pandemi covid-19, terdapat pada beberapa aspek, yaitu *man* (ketersediaan dokter spesialis yang masih terbatas), *material* (sarana, prasarana dan kelengkapan alat kesehatan yang masih kurang), *money* (tarif yang kurang bersaing dibandingkan rumah sakit tipe lain di daerahnya), serta strategi pemasaran yang belum optimal.

Jika dilihat dari fasilitas rumah sakit, Rumah Sakit Citra Arafiq Depok masih kurang memadai seperti terbatasnya fasilitas pemeriksaan penunjang yang sering dibutuhkan pasien, dan ruang tunggu pemeriksaan yang sempit dan tempat duduk terbatas. Serta adanya rumah sakit pesaing yang baru memungkinkan pasien mencoba pengobatan di rumah sakit tersebut sehingga menyebabkan penurunan jumlah pasien di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok.

Namun demikian, studi pendahuluan ini hanya gambaran awal yang belum bisa digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Untuk dapat mengambil keputusan yang tepat dan valid perlu dilakukan penelitian untuk mencari tahu faktor-faktor yang dapat meningkatkan jumlah pasien di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok.

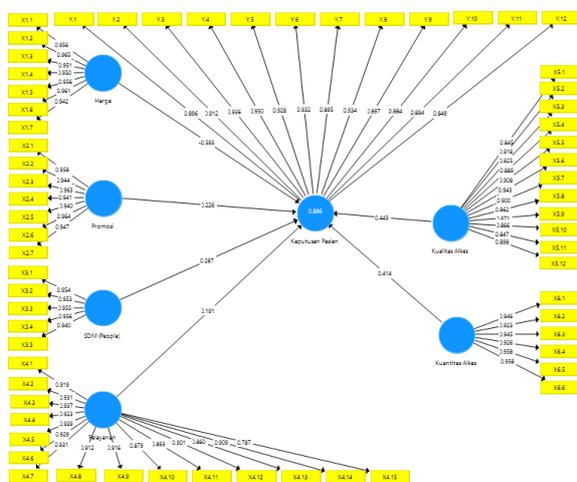
## METODE

Penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif yang memiliki tujuan untuk menguji hipotesis dengan tujuan untuk melihat apakah sebuah variabel dapat mempengaruhi variabel lainnya [32]. Selain itu penelitian ini juga

menggunakan penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan variabel-variabel yang ada dalam karakter seseorang, keadaan atau fenomena tertentu [33]. Penelitian ini melibatkan 200 orang pasien di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok yang telah diseleksi sebelumnya yang selanjutnya disebut sampel dalam penelitian.

Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui kuesioner dengan menggunakan 5 skala. Skala ini diberikan sebagai gambaran tingkat kesetujuan dari responden mulai sangat tidak setuju mewakili angka 1 hingga sangat setuju mewakili angka 5. Enam variabel independen dalam penelitian ini akan diuji pengaruhnya terhadap satu variabel dependen dengan total sebanyak 64 pernyataan kuesioner yang terbentuk dari masing-masing indikator pada setiap variabel.

Analisis data menggunakan aplikasi SmartPLS versi 3.0 dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar prediksi variabel independen menjelaskan variabel dependen yang dituju. Pada pembahasan diuraikan sesuai indikator pada masing-masing variabel. sehingga dapat diketahui indikator mana yang kuat dan juga yang lemah. Seluruh instrument telah dilakukan uji prasyarat sehingga menunjukkan tidak terdapat masalah asumsi validitas dan reliabilitas sehingga outer model memenuhi syarat yang telah ditentukan.



Gambar 1. Output Uji Outer Model

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini akan dibahas berkaitan dengan karakteristik responden, uji *inner model* serta uji hipotesis.

Karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh kaum perempuan dari karakteristik berdasarkan jenis kelamin. Usia mayoritas responden berada pada rentang usia 31-40 tahun serta mayoritas riwayat pendidikan yaitu pendidikan menengah atas. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 1. Distribusi Karakteristik Responden

Karakteristik		Jumlah	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	52	38.5
	Perempuan	83	61.5
Usia	21-30	33	24.4
	31-40	51	37.8
	41-50	40	29.6
	>50	11	8.1
Pendidikan terakhir	SD/SMP	31	23
	SMA	76	56.3
	D1-D4	8	5.9
	S1/S2/S3	20	14.8

Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *R-square* keputusan pasien 0,886 atau 88,6%. Maka secara bersama-sama variabel dari turunan strategi pemasaran (harga, promosi, SDM dan pelayanan) dan alat kesehatan (kualitas dan kuantitas) berpengaruh sangat kuat terhadap kepuasan penggunaan sebesar 88,6%. Sedangkan 11,4% dipengaruhi oleh variable lain diluar penelitian ini (lihat Tabel 2)

Tabel 2. R Square

	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Pasien	0.886	0.880

Untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai T statistik yang digunakan adalah 1,656. Sehingga kriteria penerimaan Hipotesis adalah jika T statistik > 1.656. Untuk menerima Hipotesis menggunakan probabilitas maka Hipotesis di terima jika nilai  $p < 0,05$ .

**Tabel 3. Uji T-Statistik dan P-Values**

	Original Sample	T Statistics	P Values
H-> KP	-0.595	4.502	0.000
P -> KP	0.226	1.897	0.048
SDM -> KP	0.287	2.007	0.025
PL -> KP	0.191	1.951	0.042
KLA -> KP	0.443	4.211	0.000
KNA -> KP	0.414	5.151	0.000

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Harga Terhadap Jumlah Pasien

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran harga berpengaruh negative dan signifikan terhadap jumlah pasien (Keputusan pasien) di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Hasil penelitian ini menandakan bahwa semakin tinggi harga yang diterapkan oleh Rumah Sakit Citra Arafiq Depok akan berdampak pada turunya jumlah pasien yang akan berkunjung di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Dengan kata lain arah pengaruh ini bertolak belakang bahwa meningkatnya harga akan berdampak negative atau akan menurunkan keputusan pasien dalam berkunjung di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Sehingga penelitian ini mengingatkan kepada pihak manajemen Rumah Sakit Citra Arafiq Depok untuk memperhatikan harga dalam strateginya dalam meningkatkan jumlah kunjungan pasien dengan menurunkan atau menjaga harga yang tidak terlalu tinggi bagi pelayanan pengobatan yang diberikan oleh Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh [34] bahwa

strategi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien.

Menurut Jaya *et al.*, [35] bahwa Harga menjadi salah satu variabel yang wajib diperhitungkan, seperti yang diperlihatkan dalam bisnis RS saat ini. Dinegara - negara maju dimana kemampuan ekonomi masyarakat yang juga baik komponen harga dikatakan tidak terlalu memengaruhi keputusan konsumen [36]. Akan tetapi, hal ini berbeda bila hal tersebut dilakukan di negara-negara berkembang, strategi harga masih akan sangat memengaruhi keputusan untuk membeli produk jasa dan memilih RS. Biaya tarif yang sesuai dengan RS kompetitor, kontrak dengan asuransi, biaya komplementer, biaya berobat gratis untuk masyarakat miskin, tagihan pasien yang transparan dan tepat waktu serta layanan gratis dapat yang memengaruhi keputusan konsumen untuk memilih berobat ke suatu RS di negara-negara berkembang [37].

### 2. Pengaruh Promosi Terhadap Jumlah Pasien

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah pasien (Keputusan pasien) di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Hasil penelitian ini menandakan bahwa strategi pemasaran promosi berpengaruh searah terhadap jumlah pasien (keputusan) dalam berkunjung ke Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Dengan kata lain, semakin meningkatnya strategi promosi yang dilakukan Rumah Sakit Citra Arafiq Depok akan meningkatkan pula keputusan pasien dalam memilih Rumah Sakit Citra Arafiq Depok sebagai tempat untuk mereka kunjungi dalam berobat. Hal ini menjadikan pertimbangan bagi pihak manajemen dari Rumah Sakit Citra Arafiq Depok untuk memperhatikan pada strategi marketing yang dilakukan terutama dalam hal promosi dengan lebih meningkatkannya guna menambah kunjungan atau jumlah pasien yang berkunjung ke Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Hasil penelitian ini sejalan dengan Sutiono dkk.[38] bahwa strategi promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien.

Promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Promosi

merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Karena itu promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi agar melakukan pertukaran dalam pemasaran. Sementara itu konsep promosi di rumah sakit adalah bagaimana pasien tahu tentang jenis pelayanan yang ada di rumah sakit, bagaimana mereka termotivasi untuk menggunakan, lalu menggunakan secara berkesinambungan dan menyebarkan informasi itu kepada rekan-rekannya [39].

### **3. Pengaruh SDM (*People*) Terhadap Jumlah Pasien**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran *people* (SDM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah pasien (Keputusan pasien) di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Hasil penelitian ini menandakan bahwa strategi pemasaran *people* (SDM) memiliki pengaruh searah dengan jumlah pasien (keputusan) yang ada di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Dengan demikian semakin tinggi pengaruh orang-orang yang mengenal Rumah Sakit Citra Arafiq Depok maka akan berdampak pada meningkatnya jumlah pasien yang diukur berdasarkan keputusan pasien tersebut. Maka hal ini menjadikan pertimbangan bagi pihak manajemen rumah sakit bahwa dengan melakukan manajemen yang baik terhadap orang-orang disekitar rumah sakit maka akan berdampak pada keputusan pasien dalam memilih berobat di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Sehingga dengan meningkatnya keputusan pasien akan kelihatan dengan peningkatan jumlah pasien di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Alfianti dkk.[40] bahwa strategi pemasaran *people* (SDM) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien dalam memilih rumah sakit.

Petugas memiliki peran besar dalam penyampaian jasa yang merupakan hasil aksi, kinerja, dan pengalaman. Penampilan serta keahlian petugas dapat mempengaruhi jasa yang

diterima oleh konsumen. Penyedia jasa yang kompeten akan mampu mengelola petugas jasa yang konsisten dalam penampilan dan keahlian, sehingga jasa yang diberikan akan menawarkan kinerja yang baik. Setiap perusahaan penyedia jasa harus secara jelas menentukan apa yang diharapkan dari setiap karyawan dalam interaksinya dengan pelanggan. Untuk mencapai standar yang ditetapkan, metode-metode rekrutmen, pelatihan, pemotivasian, dan penilaian kinerja karyawan tidak dapat dipandang semata-mata sebagai keputusan personalia, namun juga merupakan keputusan bauran pemasaran yang penting. Orang yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu pemrakarsa, pembawa pengaruh, pengambil keputusan dan pembeli/pasien [41].

### **4. Pengaruh Pelayanan Terhadap Jumlah Pasien**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah pasien (Keputusan pasien) di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Hasil penelitian ini menandakan bahwa strategi pemasaran dalam hal pelayanan akan berdampak sejalan dengan keputusan pasien di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Dengan kata lain, semakin tingginya strategi pelayanan yang dilakukan oleh Rumah Sakit Citra Arafiq Depok maka akan berdampak pada semakin meningkatnya jumlah pasien yang berkunjung di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Dengan demikian, hal ini dapat menjadi pertimbangan bagi pihak manajemen di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok agar dapat memperhatikan strategi dalam hal pelayanan yang diberikan dengan cara meningkatkan strategi dalam hal pelayanan yang diberikan oleh para pihak di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Sutiono dkk.[38] bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien.

Persepsi tentang kualitas pelayanan suatu organisasi sangat berbeda-beda karena bersifat sangat subjektif, selain itu selera dan perspektif pengguna pelayanan selalu berubah-ubah. Azrul Aswar dalam Satrianegara[42] mendefinisikan

kualitas pelayanan kesehatan sebagai pelayanan kesehatan yang dapat memuaskan setiap pemakai jasa pelayanan kesehatan yang sesuai dengan tingkat kepuasan rata-rata penduduk serta penyelenggaraannya sesuai dengan standar dan kode etik profesi. Secara umum kualitas pelayanan kesehatan dapat diartikan sebagai derajat kesempurnaan pelayanan akan pelayanan kesehatan yang sesuai dengan standar profesi dan standar pelayanan dengan menggunakan potensi sumber daya yang tersedia di rumah sakit atau puskesmas secara wajar, efisien dan efektif, serta diberikan secara aman dan memuaskan norma, etika, hukum, dan sosial budaya dengan memperhatikan keterbatasan dan kemampuan pemerintah dan masyarakat konsumen.

#### **5. Pengaruh Fasilitas Produk Alat Kesehatan (Kualitas) Terhadap Jumlah Pasien**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa alat kesehatan (kualitas alat kesehatan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah pasien (Keputusan pasien) di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Hasil penelitian ini menandakan bahwa kualitas fasilitas alat kesehatan memiliki hubungan positif terhadap keputusan pasien di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Dengan kata lain, melalui kualitas fasilitas alat kesehatan yang di tingkatkan maka akan berdampak pada peningkatan jumlah pasien ditandai dengan meningkatnya keputusan pasien dalam memilih berobat di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Dengan demikian, hal ini menjadi pertimbangan bagi pihak rumah sakit untuk senantiasa menjaga kualitas fasilitas alat kesehatan yang semakin baik yang dimiliki Rumah Sakit Citra Arafiq Depok bahkan dapat meningkatkannya. Dengan hal demikian akan dapat menarik pasien untuk memutuskan untuk pilihannya terhadap Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [43] menyatakan bahwa kualitas fasilitas kesehatan akan berdampak signifikan terhadap keputusan konsumen.

Jika alat kesehatan didefinisikan dengan cara ini, menjadi jelas bahwa selain jumlahnya yang banyak, alat kesehatan juga terdiri dari kumpulan

teknologi yang sangat heterogen. Sistem klasifikasi risiko yang diusulkan oleh GHTF memberikan struktur dasar. Kategori dalam sistem ini berkisar dari kelas A (perangkat berisiko rendah) hingga kelas D (perangkat berisiko tinggi) [44]. Pentingnya penggunaan peralatan medis yang efektif telah dipublikasikan sepenuhnya dalam sistem layanan kesehatan kontemporer. Pemanfaatan yang optimal peralatan tersebut dapat menghasilkan penanganan pasien yang optimal dan pergantian yang cepat, biaya yang seminimal mungkin, kualitas layanan, dan kepuasan pasien, dan di era perawatan medis yang padat biaya, setiap peralatan yang dipasang di fasilitas layanan kesehatan harus sepenuhnya dan dimanfaatkan dengan baik [45]. Manajemen mutu peralatan medis merupakan bagian penting dari manajemen rumah sakit, dan juga merupakan tren kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi rumah sakit yang tak terelakkan. Dengan menetapkan sistem manajemen mutu peralatan medis, memadukannya dengan pemikiran manajemen, dan menerapkannya pada manajemen klinis [46].

#### **6. Pengaruh Fasilitas Produk Alat Kesehatan (Kuantitas) Terhadap Jumlah Pasien**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa alat kesehatan (kuantitas alat kesehatan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah pasien (Keputusan pasien) di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Hasil ini menandakan bahwa kuantitas fasilitas alat kesehatan yang ditunjukkan pada ketersediaan alat kesehatan yang dimiliki Rumah Sakit Citra Arafiq Depok akan berdampak sejalan dengan keputusan pasien dalam memutuskan kunjungannya di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok. Maka semakin lengkapnya fasilitas alat kesehatan yang ada di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok akan membawa dampak positif bagi keputusan pasien memilih Rumah Sakit Citra Arafiq Depok dalam menjalankan perobatannya. Dengan demikian, pihak manajemen di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok dapat memperhatikan ketersediaan fasilitas alat kesehatan di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok dalam menunjang kebutuhan

pasien dalam berobat sehingga pasien mau berkunjung di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok yang pada akhirnya jumlah pasien di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok akan meningkat. Hasil ini sesuai dengan pendapat Mirano dkk. [47] bahwa ketersediaan fasilitas alat kesehatan harus terpenuhi sesuai dengan kebutuhan pasien atas fasilitas alat kesehatan yang disediakan rumah sakit sehingga menarik pasien dalam berkunjung.

Sistem kesehatan yang berfungsi dengan baik menjamin akses yang adil terhadap produk-produk medis penting, vaksin dan teknologi dengan jaminan kualitas, keamanan, kemanjuran dan efektivitas biaya, serta penggunaannya secara ilmiah dan hemat biaya [48]. Kurangnya peralatan kerja berdampak buruk pada layanan kesehatan di rangkaian miskin sumber daya. sering dikatakan bahwa sebagian besar peralatan medis di negara berkembang rusak dengan perkiraan sekitar 96% tidak dapat digunakan. Lebih dari 50% laboratorium dan peralatan medis di rangkaian miskin sumber daya tidak dapat digunakan [49].

Perhitungan persediaan maksimal harus dilakukan dan ditunjukkan oleh penyedia layanan kesehatan dalam memberikan pelayanan kepada pasien dan membandingkannya dengan jumlah kunjungan aktual yang harus dilakukan di lapangan. Jika rumah sakit atau penyedia layanan kesehatan lainnya tidak menghitung pasokan maksimal, maka mereka tidak memahami kapasitas masing-masing unit dalam memberikan pelayanan. Bisa saja terjadi kondisi *over supply* dimana poli bisa meningkatkan pelayanannya namun tidak sesuai dengan jumlah kunjungan. Berdasarkan hal tersebut yang dapat diperoleh melalui perhitungan persediaan yang maksimal maka pihak rumah sakit dapat menyusun tindakan berdasarkan hal tersebut. Hal ini berkaitan dengan bagaimana memanfaatkan secara maksimal sumber daya yang ada di rumah sakit agar rumah sakit berjalan maksimal pula [50].

#### KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini mengkonfirmasi bahwa strategi pemasaran yaitu promosi, SDM,

pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah pasien sedangkan harga berpengaruh negatif dan signifikan. Pada fasilitas alat kesehatan dalam hal kualitas dan kuantitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah pasien.

Bagi pihak manajemen di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok agar dapat menjadikan pertimbangan untuk dikelola dengan baik serta menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan jumlah pasien yang berkunjung di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok yaitu pada faktor-faktor strategi pemasaran seperti harga yang dapat dijangkau oleh pasien, promosi yang terus dilakukan dengan masif, SDM yang bekerja dan berperan secara maksimal serta pelayanan yang baik dan faktor-faktor fasilitas alat kesehatan seperti kualitas fasilitas alat kesehatan serta kuantitas fasilitas alat kesehatan yang disediakan dengan maksimal di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok.

Bagi penelitian selanjutnya agar dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi serta dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel intervensi, variabel moderasi, variabel kontrol bahkan mengembangkan dengan variabel lain yang dapat mempengaruhi jumlah pasien. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan pada lokasi penelitian berbeda atau bahkan sampel yang lebih besar sehingga penelitian ini dapat disempurnakan demi terwujudnya kemajuan riset pada bidang manajemen rumah sakit yang baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Muzayanah, "Hak Warga Negara untuk Mendapatkan Pelayanan Kesehatan Berdasarkan UUD Tahun 1945," *J. Pengabd. Kpd. Masy. Media ganessa FHIS*, vol. 1, no. 1, p. 45, 2020.
- [2] D. Y. Pangkey, M. Djamil, A. H. Sutawijaya, and A. B. Saluy, "Strategi Pengelolaan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Kinerja Berkelanjutan Di Rumah Sakit Tipe C Jakarta Timur," *J. Dr. Manaj.*, vol. 5, no. 1, pp. 15–25, 2022, doi:

- 10.22441/jdm.v5i1.14742.
- [3] F. Nurlina and U. Sas'ari, "Marketing Mix, Implementation of Marketing Strategies in Health Services: Literature Review," *Healthc. Nurs. J.*, vol. 4, no. 1, pp. 260–264, 2022, doi: 10.35568/healthcare.v4i1.1871.
- [4] A. Oktaliana and L. A. Manafe, "Penerapan Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Kepuasan Pasien Klinik/Praktik Bersama 24Jam Dr. Hadi Susanto Surabaya," *J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 4, no. 1, pp. 81–89, 2021.
- [5] J. Purnomo and I. F. Mustika, "Analisis Strategi Marketing Berdasarkan Segmen Rumah Sakit," *J. Med. Indones.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–6, 2022.
- [6] R. F. Pramesti and D. Adhariani, "Analisis Swot Atas Strategi Ekspansi Rumah Sakit Hm Ditinjau Dari Kinerja Keuangan Dan Non Keuangan," *Own. Ris. J. Akunt.*, vol. 7, no. 2, pp. 1353–1366, 2023, doi: 10.33395/owner.v7i2.1384.
- [7] Parendreng, Tasnim, and L. O. Kamalia, "Kontribusi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Untuk Memilih Layanan Kesehatan Di Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Kolaka Timur," *J. Kesehat. Masy.*, vol. 9, no. 2, pp. 159–169, 2019.
- [8] F. T. Anshory and I. K. Permatasari, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pasien Di Apotek Rahma Krian Sidoarjo," *J. Bisnis Terap.*, vol. 7, no. 1, pp. 57–66, 2023, doi: 10.24123/jbt.v7i1.5217.
- [9] A. Safi and W. Sulistiadi, "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pasien yang diperoleh dari Tingkat Kunjungan Pasien ke Rumah Sakit: Literature Review," *J. Adm. Rumah Sakit Indones.*, vol. 7, no. 1, pp. 1–9, 2020, doi: 10.7454/arsi.v7i1.3675.
- [10] D. Fathinnisa and S. Ekowati, "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Pelayanan Pasien Rawat Jalan Sebagai Rumah Sakit Berakreditasi Internasional," *J. Ikon*, vol. 26, no. 3, pp. 276–298, 2020.
- [11] S. F. Pinandita and W. Sulistiadi, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Kunjungan Pasien ke Rumah Sakit: Narative Review," *Syntax Lit. J. Ilm. Indones.*, vol. 7, no. 10, pp. 18605–18612, 2022, doi: 10.36418/syntax-literature.v7i10.13357.
- [12] S. Alfani, B. Widjanarko, and A. Sariatmi, "Bauran pemasaran jasa (7P) terhadap keputusan pasien dalam memilih layanan di Rumah Sakit: Literature review," *Holistik J. Kesehat.*, vol. 17, no. 1, pp. 1–8, 2023, doi: 10.33024/hjk.v17i1.8870.
- [13] M. Yusron and A. Norma, "Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Kunjungan Pasien Pada Klinik Griye Sehat Di Cilegon," in *Prosiding Seminar Nasional Batch 2 Amal Insani Foundation*, 2023, pp. 145–156.
- [14] N. Nisrina, D. Aulia, and L. Andayani, "Hubungan Strategi Pemasaran Dengan Preferensi Pasien Poliklinik Anak di Rumah Sakit X Medan," *J. Kesmas Jambi*, vol. 4, no. 1, pp. 17–22, 2020, doi: 10.22437/jkmj.v4i1.8938.
- [15] M. Jayuli, E. Ruswanti, and W. D. Purwati, "Pengaruh Bauran Pemasaran, Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Berobat Untuk Meningkatkan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit X, Jakarta Selatan," *J. Heal. Sains*, vol. 3, no. 2, pp. 250–262, 2022.
- [16] R. S. Limirang and A. Bachtiar, "Perencanaan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Kunjungan Pasien Poliklinik Gigi Rumah Sakit Satya Negara," *An-Nadaa J. Kesehat. Masy.*, vol. 8, no. 1, pp. 34–47, 2021, doi: 10.31602/ann.v8i1.4586.
- [17] S. E. Tarigan, R. D. Sulistyowati, M. Vandauli, P. Ade, P. Lestari, and P. Gisella, "Faktor Harga dalam Strategi Pemasaran Rumah Sakit," *J. Adm. Rumah Sakit Indones.*, vol. 6, no. 3, pp. 140–145, 2020, doi: 10.7454/arsi.v6i3.3668.
- [18] N. Maulana, "Menelisis Strategi Pemasaran Rumah Sakit Menggunakan Market Based-Management," *J. Manaj.*

- Bisnis*, vol. 17, no. 3, pp. 374–395, 2020, doi: 10.38043/jmb.v17i3.2527.
- [19] D. W. Soewoto, D. Kusnadi, and A. Hendarta, “Strategi Klinik Kecantikan dengan Metode Digital Marketing dalam Rangka Meningkatkan Jumlah Kunjungan Pasien pada Masa Pandemi Covid-19 Beauty Clinic Strategy with Digital Marketing Methods to Increase the Number of Patients Visiting During the COVID-19 P,” *J. Integr. Kesehat. dan Sains*, vol. 5, no. 2, pp. 177–183, 2023.
- [20] Nurminingsih, R. Somalua, Asim, and R. Siregar, “the Effect of Product Quality and Product Innovation on Consumer Loyalty in Fizzul Putra Mandiri Convection, Jombang Regency,” *Marg. J. Manag. Accounting, Gen. Financ. Int. Econ. Issues*, vol. 1, no. 2, pp. 43–52, 2022, doi: 10.55047/marginal.v1i2.132.
- [21] A. B. Rendelangi, S. Sahyunu, and L. A. Manan, “Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Alvian Resa Prianto Desa Ambaipua Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan,” *Sultra J. Econ. Bus.*, vol. 4, no. 1, pp. 60–71, 2023, doi: 10.54297/sjeb.v4i1.454.
- [22] R. R. Mahyardiani, H. Hartoyo, and D. Krisnatuti, “Menguji Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Rsia Budi Kemuliaan Menggunakan Bauran Pemasaran,” *J. Apl. Bisnis dan Manaj.*, vol. 6, no. 1, pp. 1–13, 2020, doi: 10.17358/jabm.6.1.1.
- [23] N. J. P. Kartika and N. Cahyadi, “Analyzing Marketing Strategy To Increasing the Number of Patient Visits in Kmu Madura Eye Clinic,” *Eqien-Jurnal Ekon. dan Bisnis*, vol. 11, no. 4, pp. 185–192, 2022.
- [24] R. F. Zakaria and M. Nadjib, “Efektivitas Pemasaran melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Kunjungan Pasien di Rumah Sakit : Literature Review,” *Media Publ. Promosi Kesehat. Indones.*, vol. 6, no. 4, pp. 545–552, 2023, doi: 10.56338/mppki.v6i4.3173.
- [25] P. Soemaryo, Kasmawati, R. Abdullah, and Ansar, “The Effect of Communication , Facilities and Assurance on Patient Satisfaction at the Ralla Health Center in Barru Regency,” *Bata Ilyas Educ. Manag. Rev.*, vol. 1, no. 2, pp. 34–52, 2021.
- [26] F. Fadillah and C. Febiana, “Gambaran Data Kunjungan Pasien Poliklinik ke Instalasi Farmasi RSUD Majalaya Selama Pandemi,” *J. Menara Med.*, vol. 3, no. 2, pp. 66–73, 2021.
- [27] M. H. Bennu, M. R. Pellokila, M. Sinaga, and D. B. Pandie, “Pengaruh Faktor Legalitas Rumah Sakit, Tampilan Fisik, Fasilitas Dan Tenaga Kesehatan Terhadap Manajemen Mutu Rumah Sakit Tni Angkatan Laut Samuel J. Moeda Kupang,” *J. Pangan Gizi dan Kesehat.*, vol. 8, no. 1, pp. 919–931, 2019, doi: 10.51556/ejpazih.v8i1.15.
- [28] M. Paul, L. Maglaras, M. A. Ferrag, and I. Almomani, “Digitization of healthcare sector: A study on privacy and security concerns,” *ICT Express*, vol. 9, no. 4, pp. 571–588, 2023, doi: 10.1016/j.ict.2023.02.007.
- [29] A. Yusuf, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dokter, Fasilitas Rawat Jalan, dan Pelayanan Farmasi Terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Umum Gunung Jati Cirebon,” *Tunas Med. J. Kedokt. Kesehat.*, vol. 7, no. 1, 2021.
- [30] A. N. Hidayah, N. Muchlis, and R. Abdullah, “Pengaruh Fasilitas Kesehatan dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Pasien Melalui Kualitas Pelayanan Pada Unit Rawat Inap Di Rsud Haji Makassar Provinsi Sulawesi Selatan,” *J. Aafiyah Heal. Res. P-ISSN*, vol. 2, no. 1, pp. 55–68, 2021.
- [31] H. Seyedin, M. Afshari, P. Isfahani, E. Hasanzadeh, M. Radinmanesh, and R. C. Bahador, “Social Support and Self - Care Behavior Study,” *J. Educ. Health Promot.*, vol. 10, no. 1, pp. 1–6, 2021, doi: 10.4103/jehp.jehp.
- [32] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*, 3rd ed. CV. Alfabeta, 2019.

- [33] Sekaran and R. Bougie, *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian*, 6th ed. Jakarta: Salemba Empat, 2017.
- [34] Ti. A. risna Wijayanthi, M. C. S. Giri, and P. Sundari, "Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih RSUD. Bali Royal," *Cap. J. Kebijak. Ekon. Manaj. Akunt.*, vol. 3, no. 1, pp. 77–92, 2020.
- [35] D. L. Jaya, D. Melly, T. Innotata, Y. Tamigoes, and W. Sulistiadi, "Pengaruh Bauran Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Rumah Sakit: Literature Review," *J. Kesehat. AL-Irsyad*, vol. 16, no. 1, 2023.
- [36] M. Mutia and Pujiyanto, "Application of the 7P Mix Marketing on Patient Satisfaction at Hospital," *Malahayati Nurs. J.*, vol. 4, no. 9, pp. 2270–2281, 2022.
- [37] R. Ravangard, A. Khodadad, and P. Bastani, "How marketing mix ( 7Ps ) affect the patients ' selection of a hospital : experience of a low-income country," *J. Egypt. Public Health Assoc.*, vol. 95, no. 25, pp. 1–8, 2020.
- [38] K. Sutiono, Fathorrahman, and T. Pradiani, "Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pasien Melakukan Tindakan Medis di Orthopedi Centre RS Eka BSD Tangerang," *JUBIS*, vol. 4, no. 1, 2023.
- [39] D. H. Perkasa, "Pengaruh Harga, Tempat dan Kualitas Layanan Terhadap Pilihan Pasien Rawat Inap (Studi Kasus RS Yadika Group)," *J. Ilm. Manaj. dan Bisnis*, vol. 2, no. 3, pp. 827–845, 2016.
- [40] K. R. Alfianti, S. R. Karimuna, and Rasma, "Hubungan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dengan Keputusan Pasien Rawat Inap Memilih Layanan Kesehatan di Rumah Sakit Umum Bahtera Mas Provinsi Sulawesi tenggara," *JUMKESMAS J. Ilm. Mhs. Kesehat. Masy.*, vol. 2, no. 5, pp. 1–14, 2017.
- [41] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2019.
- [42] M. F. Satrianegara, *Organisasi dan Manajemen Pelayanan Kesehatan (Teori dan Aplikasi dalam Pelayanan Puskesmas dan Rumah Sakit)*. Jakarta: Salemba Medika, 2018.
- [43] M. A. Nasution, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Dyza Sejahtera Medan," *J. War.*, vol. 59, 2019.
- [44] R. Rathinamoorthy and S. Rajendran, *Regulatory bodies and their roles associated with medical devices and wound dressings*, Second Edi. Elsevier Ltd, 2019. doi: 10.1016/b978-0-08-102192-7.00015-1.
- [45] E. T. Geta, D. R. Terefa, and A. E. Desisa, "Efficiency of Medical Equipment Utilization and Its Associated Factors at Public Referral Hospitals in East Wollega Zone, Oromia Regional State, Ethiopia," *Med. Devices Evid. Res.*, vol. 16, no. 1, pp. 37–46, 2023, doi: 10.2147/MDER.S401041.
- [46] J. Li, Y. Mao, and J. Zhang, "Maintenance and Quality Control of Medical Equipment Based on Information Fusion Technology," *Comput. Intell. Neurosci.*, vol. 2022, no. 9333328, pp. 1–11, 2022, doi: 10.1155/2022/9333328.
- [47] J. Mirano, Hafizah, and A. Calam, "Sistem Pendukung Keputusan dalam Menentukan Prioritas Utama Pengadaan Alat Kesehatan pada Kuskesmas Galang Kec. Galang dengan Menggunakan Metode WASPAS," *J. Cyber Tech*, vol. x, no. x, 2019.
- [48] A. Haleem, M. Javaid, R. P. Singh, and R. Suman, "Medical 4.0 technologies for healthcare: Features, capabilities, and applications," *Internet Things Cyber-Physical Syst.*, vol. 2, no. April, pp. 12–30, 2022, doi: 10.1016/j.iotcps.2022.04.001.
- [49] S. Khan, A. Haleem, and M. I. Khan, "Risk management in Halal supply chain: an integrated fuzzy Delphi and DEMATEL approach," *J. Model. Manag.*, vol. 16, no. 1, pp. 172–214, Apr. 2020, doi:

10.1108/JM2-09-2019-0228.

- [50] N. D. P. Ayuningtyas and A. A. Firdaus,  
“Analysis of Health Services Maximum  
Supply in Hospital Surabaya,” *JPH  
Recode*, vol. 3, no. 1, pp. 28–36, 2019.