

PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP LOYALITAS PASIEN RAWAT JALAN POLI PENYAKIT DALAM DI RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK PROVINSI ACEH

Maulida Isneini¹, Martunis², Ismail^{3*}

^{1,3} Jurusan Keperawatan, Poltekkes Kemenkes Aceh, Aceh, Indonesia

² Balai Pelatihan Kesehatan, Aceh Indonesia

* Corresponding Author : ismail@poltekkesaceh.ac.id

ABSTRAK

Latar Belakang: Loyalitas pasien tidak terlepas dari strategi yang digunakan oleh rumah sakit. Pemilihan strategi pada sebuah rumah sakit menjadi perhatian utama yang harus diprioritaskan. Salah satu strategi yang diyakin mampu meningkatkan Loyalitas pasien adalah *marketing mix*. RSIA diketahui bahwa RSIA Provinsi Aceh telah menerapkan bauran produk seperti pemeriksaan Iva test dilengkapi dengan alat yang memadai namun masih ada produk pelayanan yang di belum didukung oleh alat yang cukupsehingga menyebabkan pihak manajemen RSIA harus merujuk Kembali pasiennya ke RSUDZA.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* (produk, tempat, promosi, sumber daya manusia, tampilan fisik, prose pelayanan,dan harga) terhadap loyalitas pasien Rawat Jalan Poli Penyakit Dalam di Rumah Sakit Ibu dan Anak Provinsi Aceh Tahun 2023.

Metode: Penelitian kuantitatif dengan rancangan *cross sectional*. Populasi adalah pasien rawat jalan poli penyakit dalam RSIA Provinsi Aceh. Penetapan sampel menggunakan persamaan *Lemeshow* sebanyak 96 orang sampel. Analisis data dilakukan secara univariat, bivariate dan multivariat.

Hasil: Terdapat pengaruh dimensi produk (*product*) ($p=0,008$), tempat (*place*) ($p=0,003$), promosi (*promotion*) ($p=0,041$), sumber daya manusia (tenaga kesehatan) (*people*) ($p=0,000$), tampilan fisik tempat pelayanan (*physical*) ($p=0,024$) dan proses pelayanan (*process*) terhadap Loyalitas pasien di RSIA Provinsi Aceh ($p=0,000$). Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap Loyalitas pasien di RSIA Provinsi Aceh adalah proses pelayanan, dibuktikan dengan nilai *Adjusted Odd Ratio (AOR)* sebesar 8,492 ($p=0,021 \leq 0,05$).

Kesimpulan: Seluruh dimensi marketing mix berpengaruh terhadap loyalitas pasien, dengan proses pelayanan sebagai faktor utama. Pihak manajemen RSIA Provinsi Aceh perlu memperkuat aspek tampilan fisik dan promosi, serta mempertahankan kualitas dimensi lainnya, khususnya proses pelayanan.

Kata Kunci: Loyalitas Pasien; Marketing Mix; Proses Pelayanan; Manajemen Rumah Sakit.

ABSTRACT

Background: Patient loyalty is inseparable from the strategy employed by a hospital. The selection of a strategy within a hospital is a primary concern that must be prioritized. One strategy believed to increase patient loyalty is the marketing mix. It is known that RSIA Aceh Province has implemented a product mix, such as IVA tests equipped with adequate equipment. However, some service products are still not supported by adequate equipment, resulting in the RSIA management having to refer patients back to RSUDZA.

Objective: This study aims to determine the effect of the marketing mix (product, location, promotion, human resources, physical appearance, service process, and price) on patient loyalty in the Internal Medicine Outpatient Clinic at RSIA Aceh Province in 2023.

Method: This quantitative study used a cross-sectional design. The population was outpatients in the Internal Medicine Outpatient Clinic at RSIA Aceh Province. The sample was determined using the Lemeshow equation for 96 patients. Data analysis was performed using univariate, bivariate, and multivariate methods.

Results: Product ($p=0.008$), place ($p=0.003$), promotion ($p=0.041$), human resources (healthcare workers) ($p=0.000$), physical appearance of the service location ($p=0.024$), and service process ($p=0.000$) significantly influence patient loyalty at the Aceh Provincial Hospital (RSIA) ($p=0.000$). The most dominant

factor influencing patient loyalty at the Aceh Provincial Hospital is the service process, as evidenced by the Adjusted Odds Ratio (AOR) of 8.492 ($p=0.021 \leq 0.05$).

Conclusion: All marketing mix dimensions influence patient loyalty, with the service process being the primary factor. The management of the Aceh Provincial Hospital needs to strengthen the physical appearance and promotion aspects, while maintaining the quality of other dimensions, particularly the service process.

Keywords: Patient Loyalty; Marketing Mix; Service Process; Hospital Management.

PENDAHULUAN

Loyalitas pasien sebagai pelanggan rumah sakit sangat penting untuk instansi yang memberi pelayanan dalam hal ini rumah sakit, namun sering diabaikan. Banyak praktik dan fasilitas tidak tahu berapa banyak pasien yang hilang dan jarang memiliki strategi yang kuat untuk mengukurnya, apalagi mencegahnya. Sebagian besar upaya mereka ditempatkan untuk menarik pasien baru. (Michael Von Korff, Sc.D, 2018) Para peneliti telah menentukan bahwa meningkatkan tingkat loyalitas sebesar 5% berdampak pada peningkatan keuntungan sebesar 25% hingga 95%. Ini mendefinisikan korelasi yang jelas antara loyalitas dan keberlanjutan. Sementara pelayanan pasien adalah yang utama yang harus diperhatikan. (Ramli, 2019)

Loyalitas pelanggan atau pasien dibangun di atas empat strategi yang baik yaitu membangun kepercayaan, menetapkan dan memenuhi harapan pasien, mendidik pasien, dan mengukur kinerja. (Yang and Wuisan, 2021) Loyalitas pasien tidak terlepas dari kepercayaan pasien terhadap rumah sakit yang dikunjunginya. Kepercayaan adalah salah satu hal terpenting bagi seorang pasien. Kepercayaan dibangun ketika dokter atau petugas medis lainnya dapat memberikan pelayanan dan dapat bekerja sama dengan pasien secara kolaboratif untuk mengembangkan rencana perawatan. (Asaf Hajiyeve, Fausto Pedro García Márquez, Gheorghe Duca, Jiuping Xu, 2020)

Penelitian yang dilakukan di Polandia menunjukkan kepercayaan terhadap dokter merupakan hal terpenting dari terciptanya Loyalitas pasien. (Krot and Rudawska, 2016) Sementara itu penelitian yang dilakukan di Cina Tahun 2021 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara loyalitas dan kepercayaan pasien dengan kepuasan pasien. Penelitian ini akan mendorong manajer rumah sakit untuk memperhatikan faktor-faktor yang berkontribusi pada loyalitas, kepercayaan dan kepuasan pasien terhadap institusi medis. (Liu et al., 2021)

Loyalitas pasien tidak terlepas dari strategi yang digunakan oleh rumah sakit. Loyalitas pasien dapat dilihat dari jumlah kunjungan pasien. Pemilihan strategi pada sebuah rumah sakit menjadi perhatian utama yang harus diprioritaskan. Salah satu strategi yang diyakin mampu meningkatkan Loyalitas pasien adalah *marketing mix*. *Marketing mix* (bauran pemasaran) adalah kombinasi dari empat macam input yang merupakan inti dasar dari suatu perusahaan yang terdiri dari produk, harga promosi dan distribusi/tempat. Rumah Sakit telah melakukan upaya pemasaran dengan menggunakan metode bauran pemasaran yaitu *Product* (Pelayanan), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (Proses), *Physical Evidence* (Bukti Fisik). (Fauziah, 2021)

Penelitian yang dilakukan di Rumah Sakit Paru Surabaya Tahun 2021 menunjukkan bahwa Rumah Sakit Paru Surabaya telah menerapkan bauran pemasaran 7P, Efektivitas strategi pemasaran sudah baik (meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap Rumah Sakit Paru Surabaya yang juga menangani berbagai penyakit, penggunaan sistem informasi manajemen, SDM yang semakin berkompoten, dan naiknya kunjungan pasien,

hambatan selama ini berasal dari faktor eksternal, internal dan faktor makro (politik, ekonomi dan sosial) serta mikro (pemasok, pasien, dan kompetitor), cara mengatasi hambatan salah satunya mengoptimalkan keunggulan dari produk yang telah dimiliki dan dengan memanfaatkan peluang yang tersedia. (Rochmawati, 2021)

Penelitian lain tentang kepuasan dan loyalitas pasien RSIA Budi Kemuliaan menggunakan bauran pemasaran menunjukkan bahwa kepuasan pasien memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pasien RSIA Budi Kemuliaan. Implikasi manajerial dari penelitian ini menyatakan bahwa RSIA Budi Kemuliaan perlu menekankan perbaikan pada indikator besarnya tarif pelayanan secara keseluruhan; Pelayanan petugas administrasi; Kesesuaian waktu tunggu pasien; dan Kelengkapan fasilitas (wi-fi, AC, TV, dll) untuk dapat mendorong peningkatan pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas pasien. (Mahyardiani et al., 2020)

Rumah Sakit Ibu dan Anak yang dibentuk berdasarkan Qanun Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam Nomor 5 Tahun 2006 tentang pembentukan susunan organisasi dan tata kerja Badan Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit Ibu dan Anak Banda Aceh, yang selanjutnya dirubah dengan Qanun nomor 5 Tahun 2007 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Dinas, Lembaga Tehnis Daerah dan Lembaga Daerah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam.

Berdasarkan data dari RSIA Provinsi Aceh diketahui bahwa jumlah kunjungan di Rumah Sakit Ibu dan Anak Bulan Oktober 2022 adalah 3.662 orang, dengan BOR 48,14%. Dari data tersebut diketahui bahwa BOR di RSIA masih rendah, hal ini diduga dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya adalah kurang nya minat pasien untuk berkunjung ke RSIA Aceh. Fenomena ini berkaitan dengan mutu pelayanan di RSIA.

Berdasarkan survei pendahuluan yang penulis lakukan sejak Tanggal 23 s/d 26 November 2022 dengan mewawancarai bagian manajemen RSIA diketahui bahwa RSIA Provinsi Aceh telah menerapkan bauran produk seperti pemeriksaan Iva test dilengkapi dengan alat yang memadai namun masih ada produk pelayanan yang di belum didukung oleh alat yang cukup, seperti MRI, CT-SCAN sehingga menyebabkan pihak manajemen RSIA harus merujuk Kembali pasiennya ke RSUDZA.

Selanjutnya dari dimensi tempat diketahui bahwa RSIA terletak di Kota Banda Aceh dengan lokasi yang cukup strategis sehingga memudahkan masyarakat untuk menjangkaunya untuk mendapatkan pelayanan Kesehatan Ibu dan Anak, namun hal yang masih dirasa kurang adalah terbatasnya tempat parkir di RSIA, sehingga kenyamanan pasien dan keluarga pasien terganggu.

Sehingga berdasarkan informasi yang diperoleh dari pihak manajemen RSIA diketahui bahwa selama ini jarang melakukan promosi. Promosi keluar dalam bentuk iklan, brosur dan baliho belum dilaksanakan. Berdasarkan dimensi Sumber Daya Manusia (SDM) dalam hal ini tenaga kesehatan diketahui bahwa tenaga kesehatan merupakan salah satu bentuk sumber daya manusia di RSIA Provinsi Aceh. Tenaga kesehatan yang mempunyai *hard skill* dan *soft skill* dalam memberikan pelayanan sangat diperlukan, namun selama ini masih ada masyarakat yang mengeluhkan tentang SDM di RSIA seperti kurang ramah, kurang memberikan informasi yang tepat terhadap pasien dan juga kadang acuh dengan pasien.

Tampilan fisik, termasuk kebersihan ruangan, tata letak ruangan menjadi kunci kenyamanan dan loyalitas pasien, pihak RSIA sudah mendesain tata letak ruangan dengan nyaman namun masih ada masyarakat yang mengeluhkan keadaan ruangan, baik pencahayaan kebisingan dan lain sebagainya. Dan dari dimensi pelayanan diketahui

bahwa pelayanan adalah kunci dari kepuasan pelanggan. Loyalitas pasien untuk berkunjung kembali ke RSIA ditentukan oleh baik buruknya pelayanan di RSIA. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih jauh tentang Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Poli Penyakit Dalam Di Rumah Sakit Ibu dan Anak Provinsi Aceh.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah *quantitative research* bersifat observasional dengan menggunakan desain korelasional, dengan pendekatan *cross sectional study* untuk mengetahui Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Loyalitas pasien rawat jalan poli penyakit dalam Di RSIA Provinsi Aceh

Populasi dalam penelitian ini adalah Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan poli penyakit dalam di RSIA Provinsi Aceh.

Penentuan sampel menggunakan persamaan Lemeshow. Berdasarkan perhitungan diperoleh sampel sebanyak 96 orang. Dalam pengambilan sampel teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling*, yaitu pemilihan sampel dengan metode-metode non probabilitas atau secara tidak acak, elemen-elemen populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Hal ini dilakukan berdasarkan pada pertimbangan waktu yang relatif cepat dan biaya yang relatif murah maka metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisa univariat bivariat dan multivariat.

HASIL

Analisis Univariat

Tabel 1. Distribusi *Marketing Mix* berdasarkan Dimensi Produk di RSIA Provinsi Aceh

No	Variabel	f	%
1	Dimensi Produk		
	Baik	49	51,0
	Kurang	47	49,0
	Jumlah	96	100
2	Dimensi Tempat (Place)		
	Baik	50	58,3
	Kurang	46	41,7
	Jumlah	96	100
	Dimensi Promosi (Promotion)		
3	Baik	48	50,0
	Kurang	48	50,0
	Jumlah	96	100
	Dimensi SDM (People)		
4	Baik	53	55,2
	Kurang	43	44,8
	Jumlah	96	100
	Dimensi Tampilan Fisik		
5	Baik	51	53,1
	Kurang	45	46,9

	Jumlah	96	100
	Dimensi Proses (Process)		
6	Baik	53	55,2
	Kurang	43	44,8
	Jumlah	96	100
7	Loyalitas Pasien		
	Loyal	47	49,0
	Kurang Loyal	49	51,0
	Jumlah	96	100

Merujuk pada table 1, distribusi marketing mix dan loyalitas pasien di RSIA Provinsi Aceh, dapat diketahui bahwa pada dimensi produk, sebagian besar responden menilai baik yaitu 49 orang (51,0%), sedangkan yang menilai kurang sebanyak 47 orang (49,0%). Pada dimensi tempat (place), responden yang menilai baik berjumlah 50 orang (58,3%), dan yang menilai kurang sebanyak 46 orang (41,7%). Untuk dimensi promosi (promotion), jumlah responden yang menilai baik dan kurang sama besar yaitu masing-masing 48 orang (50,0%). Pada dimensi sumber daya manusia (people), sebagian besar responden menilai baik, yaitu 53 orang (55,2%), sedangkan yang menilai kurang sebanyak 43 orang (44,8%). Pada dimensi tampilan fisik (physical evidence), responden yang menilai baik berjumlah 51 orang (53,1%), sementara yang menilai kurang sebanyak 45 orang (46,9%). Sedangkan pada dimensi proses pelayanan (process), responden yang menilai baik sebanyak 53 orang (55,2%), dan yang menilai kurang sebanyak 43 orang (44,8%). Sementara itu, dari aspek loyalitas pasien, sebanyak 47 orang (49,0%) termasuk kategori loyal, sedangkan 49 orang (51,0%) berada pada kategori kurang loyal.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas dimensi marketing mix dinilai baik oleh separuh responden, terutama pada aspek sumber daya manusia dan proses pelayanan. Namun, tingkat loyalitas pasien masih relatif seimbang antara kategori loyal dan kurang loyal, yang menandakan perlunya peningkatan strategi marketing mix, khususnya pada aspek promosi dan kualitas pelayanan yang konsisten.

Analisis Bivariat

Tabel 2. Hubungan Marketing Mix dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Poli Penyakit Dalam di RSIA Provinsi Aceh Berdasarkan Dimensi Produk

No	Dimensi Produk	Loyalitas Pasien				Total		P Value	α	OR	CI
		Loyal		Kurang		n	%				
		f	%	f	%						
1.	Baik	31	63,3	18	36,7	49	100	0,008	0,05	3,337	1,44-7,71
2.	Kurang Baik	16	34,0	31	66,0	47	100				
	Total	47	49,0	49	51,0	96	100				

Tabel 2 diatas menunjukkan bahwa diperoleh dari 47 responden yang loyal pada RSIA Provinsi Aceh, 63,3% diantaranya menyebutkan bahwa dimensi produk baik dan 34,0% lainnya kurang baik. Dari tabel tersebut terlihat hasil *chi-square test* diperoleh nilai $p=0,008$ sehingga secara statistik bermakna ($p \leq 0,05$), dan dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara dimensi produk dengan loyalitas pasien rawat jalan pada poli penyakit dalam di RSIA Provinsi Aceh. Berdasarkan hasil analisis didapatkan nilai OR dimensi produk yaitu 3,337 (95% CI : 1,44-7,71), hal ini berarti responden yang menyebutkan dimensi produk kategori baik memiliki peluang 3,337 kali lebih loyal pada RSIA Provinsi Aceh dibandingkan dengan responden yang menyebutkan kurang baik.

Tabel 3. Hubungan Marketing Mix dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Poli Penyakit Dalam di RSIA Provinsi Aceh Berdasarkan Dimensi Tempat

No	Dimensi Tempat	Loyalitas Pasien				Total		P Value	α	OR	CI
		Loyal		Kurang		n	%				
		f	%	f	%						
1.	Baik	35	62,5	21	37,5	56	100	0,003	0,05	3,889	1,63-9,24
2.	Kurang Baik	12	30,0	28	70,0	40	100				
	Total	47	49,0	49	51,0	96	100				

Berdasarkan tabel 3 diatas, analisa bivariat dari 47 responden yang loyal pada RSIA Provinsi Aceh, 62,5% diantaranya menyebutkan bahwa dimensi tempat baik dan 30,0% lainnya kurang baik. Dari tabel tersebut terlihat hasil *chi-square test* diperoleh nilai $p=0,003$ sehingga secara statistik bermakna ($p \leq 0,05$), dan dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara dimensi tempat dengan loyalitas pasien rawat jalan pada poli penyakit dalam di RSIA Provinsi Aceh. Berdasarkan hasil analisis didapatkan nilai OR dimensi tempat yaitu 3,889 (95% CI : 1,63-9,24), hal ini berarti responden yang menyebutkan dimensi tempat kategori baik memiliki peluang 3,889 kali lebih loyal pada RSIA Provinsi Aceh dibandingkan dengan responden yang menyebutkan kurang baik.

Tabel 4. Hubungan Marketing Mix dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Poli Penyakit Dalam di RSIA Provinsi Aceh Berdasarkan Dimensi Promosi

No	Dimensi Promosi	Loyalitas Pasien				Total		P Value	α	OR	CI
		Loyal		Kurang		n	%				
		f	%	f	%						
1.	Baik	29	60,4	19	39,6	48	100	0,041	0,05	2,544	1,11-5,78
2.	Kurang Baik	18	37,5	30	62,5	48	100				
	Total	47	49,0	49	51,0	96	100				

Tabel 4 menunjukkan bahwa bahwa dari 47 responden yang loyal pada RSIA Provinsi Aceh, 60,4% diantaranya menyebutkan bahwa dimensi promosi kategori baik dan 37,5% lainnya kurang baik. Dari tabel tersebut terlihat hasil *chi-square test* diperoleh nilai $p=0,041$ sehingga secara statistik bermakna ($p \leq 0,05$), dan dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara dimensi promosi dengan loyalitas pasien rawat jalan pada poli penyakit dalam di RSIA Provinsi Aceh. Berdasarkan hasil analisis didapatkan nilai OR dimensi promosi yaitu 2,544 (95% CI : 1,11-5,78), hal ini berarti responden yang menyebutkan dimensi promosi kategori baik memiliki peluang 2,544 kali lebih loyal pada RSIA Provinsi Aceh dibandingkan dengan responden yang menyebutkan kurang baik

Tabel 5. Hubungan Marketing Mix dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Poli Penyakit Dalam di RSIA Provinsi Aceh Berdasarkan Dimensi Sumber Daya Manusia/Tenaga Kesehatan

No	Dimensi SDM/ Tenaga Kesehatan	Loyalitas Pasien				Total		P Value	α	OR	CI
		Loyal		Kurang		n	%				
		f	%	f	%						
1.	Baik	35	66,0	18	34,0	53	100	0,000	0,05	5,023	2,09- 12,06
2.	Kurang Baik	12	27,9	31	72,1	43	100				
	Total	47	49,0	49	51,0	96	100				

Merujuk pada tabel 5, dari 47 responden yang loyal pada RSIA Provinsi Aceh, 66,0% diantaranya menyebutkan bahwa dimensi sumber daya manusia/tenaga kesehatan kategori baik dan 27,9% lainnya kurang baik. Dari tabel tersebut terlihat hasil *chi-square test* diperoleh nilai $p=0,000$ sehingga secara statistik bermakna ($p \leq 0,05$), dan dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara dimensi sumber daya manusia/tenaga kesehatan dengan loyalitas pasien rawat jalan pada poli penyakit dalam di RSIA Provinsi Aceh. Berdasarkan hasil analisis didapatkan nilai OR dimensi sumber daya manusia/tenaga kesehatan yaitu 5,023 (95% CI : 2,09-12,06), hal ini berarti responden yang menyebutkan dimensi sumber daya manusia/tenaga kesehatan kategori baik memiliki peluang 5,023 kali lebih loyal pada RSIA Provinsi Aceh dibandingkan dengan responden yang menyebutkan kurang baik

Tabel 6. Hubungan Marketing Mix dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Poli Penyakit Dalam di RSIA Provinsi Aceh Berdasarkan Dimensi Tampilan Fisik

No	Dimensi Tampilan Fisik	Loyalitas Pasien				Total		P Value	α	OR	CI
		Loyal		Kurang		n	%				
		f	%	f	%						
1.	Baik	31	60,8	20	39,2	51	100	0,024	0,05	2,809	1,22 - 6,44
2.	Kurang Baik	16	35,6	29	64,4	45	100				
	Total	47	49,0	49	51,0	96	100				

Tabel 6 menunjukkan bahwa dari 47 responden yang loyal pada RSIA Provinsi Aceh, 60,8% diantaranya menyebutkan bahwa dimensi tampilan fisik kategori baik dan 35,6% lainnya kurang baik. Dari tabel tersebut terlihat hasil *chi-square test* diperoleh nilai $p=0,024$ sehingga secara statistik bermakna ($p \leq 0,05$), dan dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara dimensi tampilan fisik dengan loyalitas pasien rawat jalan pada poli penyakit dalam di RSIA Provinsi Aceh. Berdasarkan hasil analisis didapatkan nilai OR dimensi tampilan fisik yaitu 2,809 (95% CI : 1,22-6,44), hal ini berarti responden yang menyebutkan dimensi tampilan fisik kategori baik memiliki peluang 2,809 kali lebih loyal pada RSIA Provinsi Aceh dibandingkan dengan responden yang menyebutkan kurang baik.

Tabel 7. Hubungan Marketing Mix dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Poli Penyakit Dalam di RSIA Provinsi Aceh Berdasarkan Dimensi Proses Pelayanan

No	Dimensi Proses Pelayanan	Loyalitas Pasien				Total		P Value	α	OR	CI
		Loyal		Kurang		n	%				
		f	%	f	%						
1.	Baik	37	66,1	19	33,9	56	100	0,000	0,05	5,842	2,36- 14,43
2.	Kurang Baik	10	25,0	30	75,0	40	100				
	Total	47	49,0	49	51,0	96	100				

Tabel 7 menunjukkan bahwa dari 47 responden yang loyal pada RSIA Provinsi Aceh, 66,1% diantaranya menyebutkan bahwa dimensi proses pelayanan kategori baik dan 25,0% lainnya kurang baik. Dari tabel tersebut terlihat hasil *chi-square test* diperoleh nilai $p=0,000$ sehingga secara statistik bermakna ($p \leq 0,05$), dan dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara dimensi proses pelayanan dengan loyalitas pasien rawat jalan pada poli penyakit dalam di RSIA Provinsi Aceh. Berdasarkan hasil analisis didapatkan nilai OR dimensi proses pelayanan yaitu 5,842 (95% CI : 2,36-14,43), hal ini berarti responden yang menyebutkan dimensi tampilan proses pelayanan kategori baik memiliki

peluang 5,842 kali lebih loyal pada RSIA Provinsi Aceh dibandingkan dengan responden yang menyebutkan kurang baik

Analisis Multivariat

Hasil uji multivariat ini dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Loyalitas pasien di RSIA Provinsi Aceh adalah *process* pelayanan dengan nilai AOR (*Adjusted Odd Ratio*) 8,492 (95% CI 1,38-52,07) artinya bahwa adanya proses pelayanan yang baik akan meningkatkan Loyalitas pasien sebesar 8,4 kali. Hasil tersebut disajikan pada table 8 berikut ini:

Tabel 8. Model Akhir Analisis Regresi Logistik Pengaruh Marketing Mix dengan Loyalitas pasien Rawat Jalan Poli Penyakit Dalam di RSIA Provinsi Aceh

No	Variabel	AOR	CI 95%	P value	α
1	Process/ Proses Pelayanan	8,492	1,38-52,07	0,021	0,05

PEMBAHASAN

1. Faktor yang Paling Dominan Mempengaruhi Loyalitas pasien di RSIA Provinsi Aceh

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Loyalitas pasien di RSIA Provinsi Aceh adalah *process* pelayanan dengan nilai AOR (*Adjusted Odd Ratio*) 8,492 (95% CI 1,38-52,07) artinya bahwa adanya proses pelayanan yang baik akan meningkatkan Loyalitas pasien sebesar 8,4 kali.

Proses pelayanan merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan pasien, dimana pelayanan yang berkualitas akan memengaruhi kepercayaan pasien untuk menggunakan jasa layanan kesehatan. Suatu jasa pelayanan kesehatan yang berkualitas akan menciptakan kepuasan pasien. Kepuasan pasien adalah suatu tingkat perasaan pasien yang timbul sebagai akibat dari kinerja layanan kesehatan yang diperolehnya setelah pasien membandingkannya dengan apa yang diharapkan, dengan memerhatikan kualitas, sudah membantu pasien untuk mendapatkan hasil layanan kesehatan terbaik sekaligus memberikan tanggapan yang tepat dan kepedulian yang layak terhadap setiap kebutuhan manusia yang sedang membutuhkan pelayanan kesehatan. Mengingat akan pentingnya bahwa tingkat pelayanan yang berbeda dapat memengaruhi kesehatan pasien, dengan itu pentingnya untuk melihat kualitas pelayanan rawat inap. (Mahyardiani et al., 2020)

Proses pelayanan yang baik secara langsung meningkatkan mutu kualitas pelayanan kepada masyarakat sangat tergantung pada individual aktor dan sistem yang dipakai. Dokter, perawat dan tenaga penunjang medis serta nonmedis yang bertugas di rumah sakit harus memahami cara melayani konsumennya dengan baik terutama kepada pasien dan keluarga pasien. Karena pasien dan keluarga pasien adalah konsumen utama di rumah sakit. Kemampuan rumah sakit dalam memenuhi kebutuhan pasien dapat diukur dari tingkat kepuasan pasien (Kusnitalia, 2020).

Namun demikian RSIA Provinsi Aceh masih memerlukan adanya peningkatan fasilitas serta kelengkapan sarana dan prasarana yang memadai agar proses pelayanan yang sudah baik dapat tetap dipertahankan. Hal tersebut sesuai dengan salah satu prinsip pelayanan yang tercantum dalam keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara yaitu tersedianya sarana dan prasarana kerja dan pendukung lainnya yang memadai bahwa penyediaan fasilitas dan sarana prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik. Selain itu kompetensi petugas yang masih rendah namun tetap memberikan pelayanan yang optimal menjadikan rumah sakit ini berhasil menjadi rumah sakit yang

menjadi pilihan utama masyarakat. Upaya peningkatan kompetensi dari petugas terus dilakukan melalui berbagai jalan diantaranya adalah mengikuti pelatihan, lokakarya atau seminar terkait dengan proses pelayanan di rumah sakit.(Paradilla, 2021)

Loyalitas pasien bergantung dengan kualitas pelayanan termasuk proses pelayanan kesehatan yang diberikan. Pasien yang loyal berobat di RSIA cenderung menyebutkan bahwa pelayanan kesehatan di RSIA Provinsi Aceh baik, adanya perhatian dari petugas kesehatan dan cepat tanggap membuat pasien loyal untuk berkunjung kembali ke RSIA Provinsi Aceh jika diperlukan. Selain itu pasien yang tidak loyal umumnya karena mereka kecewa dengan pelayanan yang didapat di RSIA Provinsi Aceh, diantaranya adalah kurangnya fasilitas, petugas kesehatan yang kurang tanggap dan lain sebagainya.

2. Pengaruh Dimensi Produk dengan Loyalitas pasien rawat jalan poli penyakit dalam di RSIA Provinsi Aceh

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 47 responden yang loyal pada RSIA Provinsi Aceh, 63,3% diantaranya menyebutkan bahwa dimensi produk baik dan 34,0% lainnya kurang baik. Dari tabel tersebut terlihat hasil *chi-square test* diperoleh nilai $p=0,008$ sehingga secara statistik bermakna ($p \leq 0,05$), dan dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara dimensi produk dengan loyalitas pasien rawat jalan pada poli penyakit dalam di RSIA Provinsi Aceh. Berdasarkan hasil analisis didapatkan nilai OR dimensi produk yaitu 3,337 (95% CI : 1,44-7,71), hal ini berarti responden yang menyebutkan dimensi produk kategori baik memiliki peluang 3,337 kali lebih loyal pada RSIA Provinsi Aceh dibandingkan dengan responden yang menyebutkan kurang baik.

Produk pelayanan jasa rawat inap di rumah sakit yang diinginkan oleh pengguna jasa, perlu dipahami seperti manfaat produk (pelayanan poli umum, poli spesialis, penunjang medis, *medical check up*, dan lain sebagainya). Jika penyedia jasa pelayanan memahami produk yang ada sekarang dan berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan, bila hal tersebut terpenuhi akan mendapatkan respon yang positif dari pengguna jasa sehingga akan membantu pengguna jasa dalam membuat keputusan.(Kusnatalia, 2020)

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Radfan, Djumahir dan Hariyanti dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak semua elemen bauran pemasaran berpengaruh positif terhadap Loyalitas pasien yang berobat di poliklinik paru Rumah Sakit Paru Batu.(Radfan et al., 2016) Dari seluruh elemen bauran pemasaran Produk pelayanan jasa rawat inap yang ditawarkan sangat menentukan Loyalitas pasien, produk pelayanan yang ditawarkan oleh sebuah rumah sakit secara langsung membuat pasien untuk tetap berkunjung ke rumah sakit tertentu. Kurang lengkapnya sarana dan prasarana kesehatan yang ada di RSIA Provinsi Aceh menyebabkan pasien beralih untuk berkunjung ke rumah sakit lainnya, hal ini juga berlaku pada jenis pelayanan yang diberikan.

3. Pengaruh Dimensi Tempat dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Poli Penyakit Dalam di RSIA Provinsi Aceh

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 47 responden yang loyal pada RSIA Provinsi Aceh, 62,5% diantaranya menyebutkan bahwa dimensi tempat baik dan 30,0% lainnya kurang baik. Dari tabel tersebut terlihat hasil *chi-square test* diperoleh nilai $p=0,003$ sehingga secara statistik bermakna ($p \leq 0,05$), dan dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara dimensi tempat dengan loyalitas pasien rawat jalan pada poli penyakit dalam di RSIA Provinsi Aceh. Berdasarkan hasil analisis didapatkan nilai OR dimensi tempat yaitu 3,889 (95% CI: 1,63-9,24), hal ini berarti responden yang menyebutkan dimensi tempat kategori baik memiliki peluang 3,889 kali lebih loyal pada RSIA Provinsi Aceh dibandingkan dengan responden yang menyebutkan kurang baik.

Menurut Musfar, pengertian *place* di rumah sakit meliputi tempat pelayanan, waktu yang dihabiskan, konsep rujukan dan lain-lain. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan menentukan penting dan tidaknya lokasi atau tempat. Tempat memberikan pengaruh terhadap loyalitas pasien, hal ini mungkin disebabkan karena rumah sakit ini menjadi rumah sakit rujukan paru sehingga banyak pasien yang datang. (Musfar, 2020) Perlu adanya petunjuk yang jelas tentang lokasi rumah sakit bisa berupa petunjuk arah maupun sarana yang lain sehingga memudahkan pasien untuk berobat ke Rumah sakit RSIA Provinsi Aceh.

RSIA Provinsi Aceh mempunyai letak yang strategis namun masih ada yang kurang yaitu tempat parkir yang kurang luas. Hal ini menyebabkan keluarga pasien susah untuk mencapai pelayanan di rumah sakit tersebut. Pasien yang loyal menyebutkan bahwa faktor tempat merupakan faktor yang paling penting karena untuk mencapai rumah sakit perlu akses yang baik baik transportasi atau lokasi parkir. Banyak pasien yang mengeluh jika letak rumah sakit terlalu sulit di tuju.

4. Pengaruh *Promotion* dengan Loyalitas pasien Rawat Jalan Poli Penyakit Dalam di RSIA Provinsi Aceh

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 47 responden yang loyal pada RSIA Provinsi Aceh, 60,4% diantaranya menyebutkan bahwa dimensi promosi kategori baik dan 37,5% lainnya kurang baik. Dari tabel tersebut terlihat hasil *chi-square test* diperoleh nilai $p=0,041$ sehingga secara statistik bermakna ($p \leq 0,05$), dan dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara dimensi promosi dengan loyalitas pasien rawat jalan pada poli penyakit dalam di RSIA Provinsi Aceh. Berdasarkan hasil analisis didapatkan nilai OR dimensi promosi yaitu 2,544 (95% CI : 1,11-5,78), hal ini berarti responden yang menyebutkan dimensi promosi kategori baik memiliki peluang 2,544 kali lebih loyal pada RSIA Provinsi Aceh dibandingkan dengan responden yang menyebutkan kurang baik.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siswoyo and Supriyanto, (2019), dimana menyimpulkan bahwa ada pengaruh *promotion effects* terhadap Loyalitas pasien; dan ada pengaruh aspek *switching barriers* (*perceived switching cost dan attractiveness of alternative*) terhadap Loyalitas pasien, kecuali aspek *interpersonal relationship*.

Dimensi promosi menjadi salah satu bagian dalam bauran pemasaran yang harus diperhatikan. Pasien dapat mengetahui kualitas pelayanan yang baik dari RSIA Provinsi Aceh dari adanya promosi yang dilakukan oleh pihak manajemen rumah sakit, tanpa adanya promosi maka masyarakat tidak pernah mengetahui jenis pelayanan apa aja yang ada di RSIA Provinsi Aceh.

5. Pengaruh Dimensi SDM/Tenaga Kesehatan dengan Loyalitas pasien di RSIA Provinsi Aceh

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 47 responden yang loyal pada RSIA Provinsi Aceh, 66,0% diantaranya menyebutkan bahwa dimensi sumber daya manusia/tenaga kesehatan kategori baik dan 27,9% lainnya kurang baik. Dari tabel tersebut terlihat hasil *chi-square test* diperoleh nilai $p=0,000$ sehingga secara statistik bermakna ($p \leq 0,05$), dan dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara dimensi sumber daya manusia/tenaga kesehatan dengan loyalitas pasien rawat jalan pada poli penyakit dalam di RSIA Provinsi Aceh. Berdasarkan hasil analisis didapatkan nilai OR dimensi sumber daya manusia/tenaga kesehatan yaitu 5,023 (95% CI : 2,09-12,06), hal ini berarti responden yang menyebutkan dimensi sumber daya manusia/tenaga kesehatan kategori baik memiliki peluang 5,023 kali lebih loyal pada RSIA Provinsi Aceh dibandingkan dengan responden yang menyebutkan kurang baik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sarah, yang menunjukkan bahwa ada pengaruh orang (SDM) dengan Loyalitas pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Pasar Minggu ($p = 0,019$). (Sarah, 2018b) Pasien di RSIA Provinsi Aceh akan loyal jika sumber daya manusia atau petugas kesehatan yang ada memberikan pelayanan yang paripurna dengan *soft skill* dan *hard skill* yang baik. Ketanggapan dari petugas dan *empaty* terhadap semua keluhan pasien dapat meningkatkan loyalitas pasien. SDM/tenaga kesehatan di RSIA Provinsi Aceh sudah maksimal dalam memberikan pelayanan sehingga menyebabkan pasien loyal.

6. Pengaruh Tampilan Fisik dengan Loyalitas pasien Rawat Jalan Poli Penyakit Dalam di RSIA Provinsi Aceh

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 47 responden yang loyal pada RSIA Provinsi Aceh, 60,8% diantaranya menyebutkan bahwa dimensi tampilan fisik kategori baik dan 35,6% lainnya kurang baik. Dari tabel tersebut terlihat hasil *chi-square test* diperoleh nilai $p=0,024$ sehingga secara statistik bermakna ($p \leq 0,05$), dan dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara dimensi tampilan fisik dengan loyalitas pasien rawat jalan pada poli penyakit dalam di RSIA Provinsi Aceh. Berdasarkan hasil analisis didapatkan nilai OR dimensi tampilan fisik yaitu 2,809 (95% CI : 1,22-6,44), hal ini berarti responden yang menyebutkan dimensi tampilan fisik kategori baik memiliki peluang 2,809 kali lebih loyal pada RSIA Provinsi Aceh dibandingkan dengan responden yang menyebutkan kurang baik.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Engka, yang menyebutkan bahwa pentingnya faktor *physical* rumah sakit untuk meningkatkan retensi konsumen (pasien). Lebih lanjut Engka menyebutkan bahwa lorong-lorong rumah sakit, ruang tunggu dan kebersihan serta ketertiban masih berkesan jauh dari standar peningkatan mutu pelayanan. (Engka, 2021)

Rumah sakit yang kurang bagus tampilannya menyebabkan pasien kurang nyaman dan berdampak pada loyalitasnya. Berdasarkan hasil pengamatan di RSIA Provinsi Aceh diketahui bahwa lorong-lorong di rumah sakit cukup bersih, ruang tunggu juga nyaman, hal ini menyebabkan pasien loyal dalam mendapatkan pelayanan di RSIA Provinsi Aceh, namun masih adanya pasien yang kurang loyal disebabkan karena faktor lain seperti faktor SDM, pelayanan dan lain sebagainya

7. Pengaruh *Process* Pelayanan dengan Loyalitas pasien Rawat Jalan Poli Penyakit Dalam di RSIA Provinsi Aceh

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 47 responden yang loyal pada RSIA Provinsi Aceh, 66,1% diantaranya menyebutkan bahwa dimensi proses pelayanan kategori baik dan 25,0% lainnya kurang baik. Dari tabel tersebut terlihat hasil *chi-square test* diperoleh nilai $p=0,000$ sehingga secara statistik bermakna ($p \leq 0,05$), dan dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara dimensi proses pelayanan dengan loyalitas pasien rawat jalan pada poli penyakit dalam di RSIA Provinsi Aceh. Berdasarkan hasil analisis didapatkan nilai OR dimensi proses pelayanan yaitu 5,842 (95% CI: 2,36-14,43), hal ini berarti responden yang menyebutkan dimensi tampilan proses pelayanan kategori baik memiliki peluang 5,842 kali lebih loyal pada RSIA Provinsi Aceh dibandingkan dengan responden yang menyebutkan kurang baik.

Secara umum pelayanan rawat inap rumah sakit dibagi menjadi beberapa kelas perawatan yaitu: VIP, Kelas I, Kelas II dan III, serta dibedakan atas beberapa ruang atau bangsal perawatan. Pelayanan rawat inap merupakan pelayanan medis

yang utama di rumah sakit dan merupakan tempat untuk interaksi antara pasien dan rumah sakit berlangsung dalam waktu yang lama. Pelayanan rawat inap melibatkan pasien, dokter dan perawat dalam hubungan yang sensitif menyangkut kepuasan pasien, mutu pelayanan dan citra rumah sakit serta pengalaman pada saat menggunakan jasa layanan kesehatan.(Paradilla, 2021)

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan di Puskesmas Delanggu yang mengkaji tentang pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan switching barrier terhadap loyalitas pelanggan, dimana hasil penelitian menyebutkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara sendiri-sendiri antara kualitas pelayanan, kepercayaan dan *Switching Barrier* berpengaruh positif terhadap retensi pelanggan karena t hitung kualitas pelayanan = 3,009, kepercayaan = 0,777 dan *Switching Barrier* = 1,08.(Hakim, 2021).

Proses pelayanan yang baik di RSIA Provinsi Aceh menyebabkan pasien loyal, proses pelayanan dimulai dari registrasi sampai dengan tindakan yang dilakukan pihak rumah sakit. Bentuk pelayanan yang baik menyebabkan pasien nyaman hal ini berdampak pada loyalitas. Adanya petugas kesehatan yang tanggap, mekanisme pelayanan yang jelas tentunya membuat pasien di RSIA Provinsi Aceh senang sehingga jika perlu dilakukan kunjungan ulang maka pasien akan kembali berkunjung ke RSIA Provinsi Aceh

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan :

1. Terdapat pengaruh dimensi produk (*product*) terhadap Loyalitas pasien di RSIA Provinsi Aceh ($p=0,008 \leq 0,05$)
2. Terdapat pengaruh dimensi tempat (*place*) terhadap Loyalitas pasien di RSIA Provinsi Aceh ($p=0,003 \leq 0,05$)
3. Tidak terdapat pengaruh dimensi promosi (*promotion*) terhadap Loyalitas pasien di RSIA Provinsi Aceh ($p=0,041 \leq 0,05$)
4. Terdapat pengaruh dimensi sumber daya manusia (tenaga kesehatan) (*people*) terhadap Loyalitas pasien di RSIA Provinsi Aceh ($p=0,000 \leq 0,05$)
5. Tidak terdapat pengaruh dimensi tampilan fisik tempat pelayanan (*physical*) terhadap Loyalitas pasien di RSIA Provinsi Aceh ($p=0,024 \leq 0,05$)
6. Terdapat pengaruh dimensi proses pelayanan (*process*) terhadap Loyalitas pasien di RSIA Provinsi Aceh ($p=0,000 \leq 0,05$)
7. Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap Loyalitas pasien di RSIA Provinsi Aceh adalah proses pelayanan, dibuktikan dengan nilai *Adjusted Odd Ratio (AOR)* sebesar 8,492 ($p=0,021 \leq 0,05$)

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Produk pelayanan jasa rawat inap di RSIA Provinsi Aceh meliputi pelayanan poli umum, poli spesialis, penunjang medis, *medical check up* dapat ditingkatkan untuk meningkatkan Loyalitas pasien.
2. Terkait dengan tempat RSIA Provinsi Aceh sudah cukup strategis karena terletak di tengah kota namun perlu diperhatikan adalah adanya penunjuk untuk setiap pelayanan sehingga mudah dipahami oleh pasien.
3. Diharapkan kepada pihak manajemen RSIA Provinsi Aceh agar dapat meningkatkan faktor *physical* dan *promotion* yang diyakini berdampak pada Loyalitas pasien, meskipun status RSIA Provinsi Aceh adalah rumah sakit pemerintah namun upaya promosi tetap harus dilakukan dengan optimal

4. Sumber daya manusia dalam hal ini adalah tenaga kesehatan dalam memberikan pelayanan sudah mumpuni dan memahami semua standar operasional pelayanan yang ada.
5. Proses pelayanan dari mulai registrasi pasien sampai pasien selesai menjalani perawatan sudah diberikan dengan baik oleh petugas kesehatan. Proses pelayanan menjadi kunci pasien untuk tetap bertahan dalam mendapatkan pelayanan kesehatan di RSIA Provinsi Aceh

DAFTAR PUSTAKA

- Asaf Hajiye, Fausto Pedro García Márquez, Gheorghe Duca, Jiuping Xu, S.E.A., 2020. *Proceedings of the Fourteenth International Conference on Management Science and Engineering Management Volume 2*. Springer International Publishing, Inggris Raya.
- Engka, M.G.T., 2021. *The Effect of Patient Satisfaction On Patient Loyalty At Siloam Hospitals Balikpapan*. Ilmu Kesehat. Masy.
- Fauziah, S., 2021. *Gambaran Bauran Pemasaran di Rumah Sakit Berdasarkan Marketing Mix 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence)*. Hosp. Heal. Serv. J.
- Hakim, R.F., 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Switching Barrier Terhadap Retensi Pelanggan (Studi Kasus Pasien Rawat Inap Di Puskesmas Delanggu)*. J. Universias Widya Dharma Klaten 1.
- Krot, K., Rudawska, I., 2016. *The role of trust in doctorpatient relationship: Qualitative evaluation of online feedback from Polish patients*. Econ. Sociol. 9, 76–88.
- Kusnatalia, 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Keluarga Pasien di Ruang Perawatan NICU Rumah Sakit Umum Daerah Datu Beru Takengon*. Ilmu Kesehat. Masy. 1–216.
- Liu, S., Li, G., Liu, N., Hongwei, W., 2021. *The Impact of Patient Satisfaction on Patient Loyalty with the Mediating Effect of Patient Trust*. Inq. (United States) 58.
- Mahyardiani, R.R., Hartoyo, H., Krisnatuti, D., 2020. *Menguji Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Rsia Budi Kemuliaan Menggunakan Bauran Pemasaran*. J. Apl. Bisnis dan Manaj. 6, 1–13.
- Michael Von Korff, Sc.D, D.T., 2018. *Quality Improvement and Care Coordination: Implementing the CDC Guideline for Prescribing Opioids for Chronic Pain*. National Center for Injury Prevention and Control, Division of Unintentional Injury Prevention, Atlanta.
- Musfar, T.F., 2020. *Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia, Jawa Barat.
- Paradilla, M., 2021. *Pengaruh Brand Image Dan Marketing Mix Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pasien Umum Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Sakit Stella Maris Makassar*. Progr. Stud. Magister Adm. Rumah Sakit.
- Radfan, N., Djumahir, Hariyanti, T., 2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pasien di Poliklinik Paru Rumah Sakit Paru Batu*. Fak. Ekon. dan Bisnis Univ. Brawijaya.
- Ramli, A.H., 2019. *Patient Satisfaction, Hospital Image and Patient Loyalty in West Sulawesi Province*. Bus. Entrep. Rev. 17, 1.
- Rochmawati, S.W., 2021. *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Pelayanan Kesehatan Pada Era Jaminan Kesehatan Nasional Di Rumah Sakit Paru Surabaya*. Creat. Res. Manag. J.
- Sarah, 2018a. *Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, maka petugas yang berfungsi sebagai service provider sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Untuk mencapai kualitas yang terbaik maka pegawai harus dilatih untuk menyadari*

- kepentingan pekerjaan mereka. H. Fak. Kesehat. Masy. UIn Syarif Hidayatullah.
- Sarah, 2018b. Hubungan Persepsi Bauran Pemasaran Dengan Loyalitas Pasien Di Poli Rehabilitasi Medik Rumah Sakit Umum Daerah Pasar Minggu Tahun 2017. Skripsi Prodi Kesehat. Masy.
- Siswoyo, B.E., Supriyanto, S., 2019. Switching Barriers Strategy In Improving Patients Loyalty Of Inpatient Muhammadiyah Surabaya Hospital. J. Adm. Kesehat. Indones. 1, 91–102.
- Yang, H.A., Wuisan, D.S.S., 2021. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Customer Retention : Kasus dari Linkaja 1, 60–70.