



APPLICARE JOURNAL

Volume 2 Nomor 4 Tahun 2025

Halaman : 232 - 246

<https://applicare.id/index.php/applicare/index>

Hubungan Marketing Mix Dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang Tahun 2025

Intan Sari^{1✉}, Nurul Prihastita Rizyana², Wilda Tri Yuliza³

Universitas Alifah Padang, Indonesia

e-mail : intansariaisyah@gmail.com¹, prihastitan@gmail.com², wildatriyuliza@gmail.com³

ABSTRAK

Rumah Sakit Bhayangkara Padang mengalami penurunan jumlah kunjungan rawat jalan di tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *Marketing Mix* dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang. Metode penelitian yaitu kuantitatif dengan desain *cross sectional*. Penelitian dilakukan pada tanggal 5-12 Mei 2025. Populasi dalam penelitian adalah pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang dengan sampel 97 responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan teknik wawancara. Analisis data menggunakan analisis univariat dan bivariat dengan uji *Chi-Square*. Hasil penelitian didapatkan loyalitas pasien sebanyak 38,1% dikategorikan tidak loyal, 48,5% menyatakan bauran produk tidak baik, 49,5% menyatakan bauran harga tidak baik, 39,2% menyatakan bauran tempat tidak baik, 37,1% menyatakan bauran promosi tidak baik, 45,4% menyatakan bauran orang tidak baik, 44,3% menyatakan bauran proses tidak baik, 48,5% menyatakan bauran bukti fisik tidak baik. Hasil uji statistik diperoleh bahwa terdapat hubungan antara bauran produk ($p=0,002$), harga ($p=0,003$), promosi ($p=0,013$), orang ($p=0,000$), proses ($p=0,032$), bukti fisik ($p=0,006$) dengan loyalitas pasien rawat jalan. Tidak terdapat hubungan antara bauran tempat dengan loyalitas pasien ($p=0,198$) di Instansi Rawat Jalan.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, instalasi rawat jalan, loyalitas, rumah sakit

ABSTRACT

Bhayangkara Padang Hospital experienced a decline in the number of outpatient visits in 2023. This study aims to determine the relationship between the Marketing Mix and Outpatient Loyalty at Bhayangkara Padang Hospital. The research method was quantitative with a cross-sectional design. The study was conducted from May 5-12, 2025. The population was outpatients at Bhayangkara Padang Hospital, with a sample of 97 respondents. Data were collected using a questionnaire and interview techniques. Data were analyzed using univariate and bivariate analysis with the Chi-Square test. The research results showed that 38.1% of patients were categorized as disloyal, 48.5% stated that the product mix was not good, 49.5% stated that the price mix was not good, 39.2% stated that the location mix was not good, 37.1% stated that the promotion mix was not good, 45.4% stated that the people mix was not good, 44.3% stated that the process mix was not good, 48.5% stated that the physical evidence mix was poor. Statistical analysis revealed a significant relationship between product mix ($p=0.001$), price ($p=0.001$), promotion ($p=0.007$), people ($p=0.000$), process ($p=0.018$), and physical evidence ($p=0.003$) with outpatient loyalty. There is no relationship between the location mix and patient loyalty ($p=0.133$) in the Outpatient Department.

Keywords: Marketing mix, outpatient installation, loyalty, hospital.

Copyright (c) 2025 Intan Sari, Nurul Prihastita Rizyana, Wilda Tri Yuliza

✉ Corresponding Author

Address : Universitas Alifah

Email : intansariaisyah@gmail.com

Phone : 08126736621

DOI : <https://doi.org/10.37985/apj.v2i4.52>

ISSN 3047-5104 (Media Online)

PENDAHULUAN

Loyalitas pasien merupakan kesediaan pasien/pelanggan untuk secara terus menerus menggunakan jasa pada penyedia jasa. Loyalitas pasien menjadi hal penting bagi rumah sakit, dengan mengupayakan peningkatan mutu seperti peningkatan kualitas pelayanan, peningkatan kepuasan pasien, agar dapat mampu bersaing dalam rumah sakit (Sari, 2023).

Keuntungan dari loyalitas ini bersifat jangka panjang dan kumulatif, di mana peningkatan loyalitas pelanggan dapat mendorong profitabilitas serta stabilitas keuangan perusahaan. Selain itu, perusahaan yang mampu mempertahankan hubungan baik dengan pelanggannya akan mendapatkan berbagai manfaat (Jannah, 2022). Munculnya rasa loyalitas yang tinggi membutuhkan waktu yang cukup lama diantara pelanggan yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran yang dapat memberikan efek yang menguntungkan pada rumah sakit. Salah satu jenis strategi pemasaran yang dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan adalah bauran pemasaran (Rahmah, 2023).

Bauran pemasaran (*marketing mix*) yang digunakan di rumah sakit juga dapat digunakan sebagai alat pemasaran untuk membantu mencapai tujuan pemasaran. Hal ini terjadi karena adanya komponen bauran pemasaran jasa seperti bauran produk (*product*) yaitu jasa atau pelayanan yang ditawarkan dapat memberikan manfaat bagi pasien, bauran harga (*price*) yaitu biaya yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk menggunakan jasa tersebut, bauran tempat (*place*) yaitu lokasi atau saluran distribusi jasa, bauran orang (*people*) yaitu petugas yang terlibat dalam jasa, bauran promosi (*promotion*) yaitu aktivitas menyampaikan pesan pemasaran kepada konsumen, bauran proses (*process*) yaitu memegang peranan penting untuk membantu konsumen (pasien) memahami dan menghargai layanan rumah sakit, bauran bukti fisik (*physical evidence*) yaitu berupa fasilitas atau peralatan dan lingkungan fisik yang mendukung penyediaan jasa, (Rahman, 2020).

Menurut penelitian Hapsa, (2020) menunjukkan bahwa ada hubungan bauran pemasaran *product* (p value=0,000), *price* (p value=0,002), *place* (p value=0,001), *promotion* (p value=0,000), *people* (p value=0,000), *process* (p value=0,000), *physical evidence* (p value=0,018) dengan loyalitas pasien di unit rawat inap rumah sakit umum daerah (RSUD) Undata Palu.

Menurut penelitian Permatasari (2022) menunjukkan bahwa terdapat hubungan bauran pemasaran terhadap loyalitas pasien dengan bauran pemasaran tempat (p -value=0.017), promosi (p -value=0.000), orang (p -value=0.000), proses (p -value=0.001), dan bukti fisik (p -value=0.009). Sedangkan yang tidak berhubungan yaitu bauran pemasaran produk (p -value=0.136), dan harga (p -value=0.371).

Berdasarkan data Rumah Sakit Bhayangkara Padang diketahui bahwa jumlah kunjungan umum rawat jalan pasien mandiri sebanyak 1.494 dan pasien BPJS sebanyak 13.460 kunjungan pada tahun 2023. Berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan pada tanggal 30 Januari 2025, dari 10 responden

yaitu 4 responden (40%) dari Polri dan 6 responden (60%) dari Umum terdapat 5 responden (50%) akan pindah ke rawat jalan rumah sakit lain bila tarif di pelayanan rawat jalan Rumah Sakit Bhayangkara dinaikkan, dan 4 responden (40%) tidak setuju dengan tidak mau berpindah untuk pemeriksaan dan pengobatan di tempat lain selain rumah sakit Bhayangkara Padang, 2 responden (20%) menyatakan bahwa dokter tidak selalu datang tepat waktu, 5 responden (50%) menyatakan tempat parkir kurang aman dan kurang luas, 3 responden (30 %) menyatakan petugas pendaftaran memberikan penjelasan kepada pasien kurang jelas, dan 4 responden (40%) menyatakan tenaga medis melakukan pemeriksaan tidak tepat waktu. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti "Hubungan *Marketing Mix* dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang Tahun 2025".

METODE

Penelitian ini membahas tentang mengetahui hubungan *Marketing Mix* dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang. Metode penelitian yaitu kuantitatif dengan desain *cross sectional*. populasi dalam penelitian ini mencakup semua pasien yang melakukan kunjungan rawat jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang Tahun 2025. Penelitian ini dilakukan di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Bhayangkara Kota Padang, waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret-Agustus Tahun 2025. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Sampel pada penelitian ini adalah sebesar 97 responden. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner dengan teknik wawancara yang harus dijawab oleh responden terkait bauran pemasaran (produk, tempat, harga, promosi, orang, proses, bukti fisik) dan loyalitas. Teknik pengolahan data ada beberapa tahap yaitu *Editing* (Penyuntingan Data), *Coding* (Memberi Kode), *Entry Data* (Memasukkan Data), dan *Cleaning* (Membersihkan Data). Analisis data secara analisis univariat dan analisis bivariat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Univariat

1. Loyalitas

Tabel 4.3
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Bhayangkara Padang Tahun 2025

Loyalitas	<i>f</i>	%
Tidak Loyal	37	38,1
Loyal	60	61,9
Total	97	100,0

Hasil penelitian didapatkan bahwa sebanyak 37 pasien (38,1%) menyatakan tidak loyal di instalasi rawat jalan Rumah Sakit Bhayangkara Padang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Octavianti (2025) di Rumah Sakit Tk II 14.05.01 Pelamonia Makassar yang menyatakan bahwa 14,4% pasien menyatakan tidak loyal dan penelitian Ananda (2022) di Rumah Sakit

Cahaya Rokan Hilir yang menyatakan bahwa 46,1% pasien menyatakan tidak loyal. Loyalitas adalah suatu kesetiaan yang ditunjukkan pasien dengan perilaku pembelian teratur yang dalam waktu panjang melalui serangkaian keputusan oleh pasien. Loyalitas pasien tidak hanya membeli ulang suatu barang atau jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap positif terhadap rumah sakit tersebut, misalnya dengan merekomendasikan ke orang lain (Supriyanto & Ernawaty, 2022).

Berdasarkan asumsi peneliti bahwa sebagian pasien masih membuka kemungkinan untuk beralih ke fasilitas kesehatan lain apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai harapan atau terdapat alternatif pelayanan yang dianggap lebih baik.

2. Bauran Produk (*Product*)

Tabel 4. 4
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Bauran Produk Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit
Bhayangkara Padang Tahun 2025

Bauran Produk	<i>f</i>	%
Tidak Baik	47	48,5
Baik	50	51,5
Total	97	100,0

Hasil penelitian didapatkan bahwa sebanyak 47 pasien (48,5%) menyatakan bauran produk memiliki kategori tidak baik di instalasi rawat jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Octavianti (2025) di Rumah Sakit Tk II 14.05.01 Pelamonia Makassar bahwa 5,2% pasien yang menyatakan produk tidak baik dan penelitian Sari dkk (2023) bahwa 31,3% pasien yang menyatakan produk tidak baik.

Produk adalah segala sesuatu yang bisa disediakan untuk pasar agar bisa diperhatikan, dibeli, atau digunakan. Produk dalam konteks pelayanan kesehatan tidak hanya terbatas pada barang fisik, tetapi juga mencakup jasa atau layanan yang ditawarkan oleh fasilitas kesehatan kepada pasien.

Peneliti berasumsi bahwa masih terdapat sebagian responden, yaitu sekitar 21%, yang merasa bahwa pelayanan di rawat jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang belum sepenuhnya dapat dimanfaatkan setiap hari karena dokter tidak selalu ada di tempat. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas responden menilai ketersediaan dokter sudah baik, namun masih ada ruang untuk perbaikan dalam hal konsistensi kehadiran dokter guna memastikan pelayanan yang optimal setiap hari.

3. Bauran Harga (*Price*)

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Bauran Harga Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Bhayangkara Padang Tahun 2025

Bauran Harga	<i>f</i>	%
Tidak Baik	48	49,5
Baik	49	50,5
Total	97	100,0

Hasil penelitian didapatkan bahwa sebanyak 48 pasien (49,5%) menyatakan bauran harga memiliki kategori tidak baik di instalasi rawat jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Octavianti,dkk (2025) di Rumah Sakit Tk II 14.05.01 Pelamonia Makassar yang menyatakan bahwa (9,3%) pasien menyatakan harga tidak baik, serta penelitian yang dilakukan oleh Ananda (2022) yang menyatakan bahwa (46,1%) pasien menyatakan harga di Sakit Cahaya Rokan Hilir tidak baik.

Harga merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang sangat memengaruhi persepsi pasien terhadap suatu produk atau jasa. Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas dan nilai oleh pasien, terutama ketika mereka sulit menilai manfaat secara langsung. Pasien tidak hanya melihat harga sebagai angka nominal, tetapi juga sebagai ukuran manfaat atau keuntungan yang akan mereka terima (Kotler & Keller, 2016).

Berdasarkan asumsi peneliti meskipun sebagian besar pasien merasakan adanya keunggulan harga, namun masih terdapat yang belum sepenuhnya merasakan manfaat biaya yang lebih ekonomis. Tarif layanan tidak hanya dipengaruhi oleh nominal harga, tetapi juga oleh persepsi pasien terhadap kualitas pelayanan yang diterima dan transparansi biaya selama proses pengobatan.

4. Bauran Tempat (*Place*)

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Bauran Tempat Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Bhayangkara Padang Tahun 2025

Bauran Tempat	<i>f</i>	%
Tidak Baik	38	39,2
Baik	59	60,8
Total	97	100,0

Hasil penelitian didapatkan bahwa sebanyak 38 pasien (39,2%) menyatakan bauran tempat memiliki kategori tidak baik di instalasi rawat jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Octavianti,dkk (2025) di Rumah Sakit Tk II

14.05.01 Pelamonia Makassar menyatakan bahwa (9,3%) pasien menyatakan tempat tidak baik dan penelitian Sari, dkk (2023) menyatakan bahwa (28,3%) pasien menyatakan tempat tidak baik.

Asumsi peneliti masih terdapat responden yang merasakan ketidaknyamanan, baik dari segi luas lahan parkir, ketersediaan tempat, maupun kemudahan akses. Fasilitas parkir yang belum sepenuhnya optimal dapat mempengaruhi persepsi pasien terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Jika kondisi parkir tidak memadai, maka dapat menimbulkan ketidaknyamanan sejak awal kunjungan pasien ke rumah sakit.

5. Bauran Promosi (*Promotion*)

Tabel 4.7

Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Bauran Promosi Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Bhayangkara Padang Tahun 2025

Bauran Promosi	<i>f</i>	%
Tidak Baik	36	37,1
Baik	61	62,9
Total	97	100.0

Hasil penelitian didapatkan bahwa sebanyak 36 pasien (37,1%) menyatakan bauran promosi memiliki kategori tidak baik di instalasi rawat jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari, dkk (2023) bahwa sebanyak (38,3%) pasien menyatakan promosi tidak baik dan penelitian Octavianti (2025) di Rumah Sakit Tk II 14.05.01 Pelamonia Makassar bahwa sebanyak (8,2%) pasien menyatakan promosi tidak baik.

Menurut Kotler dan Keller (2016), promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen mengenai produk atau jasa agar mereka tertarik dan melakukan tindakan yang diharapkan. Berdasarkan asumsi peneliti bahwa sebagian responden menilai pihak rumah sakit belum secara optimal memberikan penyuluhan atau edukasi kesehatan kepada pasien rawat jalan selama berada di ruang tunggu. Kurangnya informasi yang diberikan dapat berdampak pada rendahnya pengetahuan pasien mengenai penyakit, pencegahan, maupun prosedur pelayanan yang tersedia. Hal ini menunjukkan adanya celah dalam upaya rumah sakit untuk meningkatkan kualitas pelayanan non-medis yang bersifat promotif dan preventif.

6. Bauran Orang (*People*)

Tabel 4.8

Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Bauran Orang Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Bhayangkara Padang Tahun 2025

Bauran Orang	<i>f</i>	%
Tidak Baik	44	45,4
Baik	53	54,6
Total	97	100,0

Hasil penelitian didapatkan bahwa sebanyak 44 pasien (45,4%) menyatakan bauran orang memiliki kategori tidak baik di instalasi rawat jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yuliza & Gusrianti (2024) bahwa (35%) pasien yang menyatakan orang tidak baik dan penelitian Octavianti (2025) di Rumah Sakit Tk II 14.05.01 Pelamonia Makassar bahwa (13,4%) pasien yang menyatakan orang tidak baik.

Berdasarkan asumsi peneliti masih terdapat responden yang merasa kurang puas terhadap perilaku petugas administrasi dan kasir. Adanya kekurangan dalam konsistensi sikap sopan dan keramahan petugas dapat memengaruhi kepuasan secara keseluruhan.

7. Bauran Proses (*Process*)

Tabel 4.9
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Bauran Proses Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Bhayangkara Padang Tahun 2025

Bauran Proses	<i>f</i>	%
Tidak Baik	43	44,3
Baik	54	55,7
Total	97	100,0

Hasil penelitian didapatkan bahwa sebanyak 43 pasien (44,3%) menyatakan bauran proses memiliki kategori tidak baik di instalasi rawat jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Octavianti (2025) di Rumah Sakit Tk II 14.05.01 Pelamonia Makassar bahwa (27,5%) responden yang menyatakan proses tidak baik dan penelitian Permatasari, dkk (2022) pasien menilai proses tidak baik sebanyak (17,1%) di Rumah Sakit St. Carolus Summarecon Serpong.

Menurut Kotler (2016), proses adalah serangkaian aktivitas yang dirancang untuk menciptakan dan memberikan nilai kepada pelanggan melalui layanan yang efisien dan konsisten. Dalam konteks layanan kesehatan, proses mencakup mekanisme kerja, prosedur operasional standar, jadwal pelayanan, serta aturan yang berlaku untuk memastikan layanan berjalan tepat waktu dan sesuai harapan pasien.

Berdasarkan asumsi peneliti bahwa meskipun sebagian besar responden merasa waktu pemeriksaan sudah sesuai harapan, masih terdapat responden yang menilai dokter belum konsisten dalam menjalankan pemeriksaan tepat waktu. Hal ini dapat diasumsikan sebagai indikator bahwa manajemen waktu pelayanan medis, khususnya terkait kedisiplinan jadwal pemeriksaan dokter, perlu ditingkatkan agar kepuasan pasien lebih merata. Ketidaktepatan waktu ini mungkin disebabkan oleh keterbatasan jumlah dokter, jadwal yang terlalu padat, atau manajemen antrian yang belum optimal.

8. Bauran Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Tabel 4.10
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Bauran Bukti Fisik Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Bhayangkara Padang Tahun 2025

Bauran Bukti Fisik	<i>f</i>	%
Tidak Baik	47	48,5
Baik	50	51,5
Total	97	100,0

Hasil penelitian didapatkan bahwa sebanyak 47 pasien (48,5%) menyatakan bauran bukti fisik memiliki kategori tidak baik di instalasi rawat jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Octavianti (2025) di Rumah Sakit Tk II 14.05.01 Pelamonia Makassar bahwa (21,2%) responden yang menyatakan bukti fisik tidak baik dan penelitian yang dilakukan oleh Rahmah (2023) menyatakan bahwa sebanyak (42,2%) responden menyatakan bukti fisik di RSUD Nyi Ageng Serang Kulon Progo tidak baik.

Menurut Kotler (2016), bukti fisik merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran jasa yang mencerminkan lingkungan fisik tempat layanan disampaikan dan segala sesuatu yang bisa dilihat, dirasakan, dan dialami oleh pasien. Berdasarkan asumsi peneliti, meskipun mayoritas responden menilai positif terhadap ketersediaan fasilitas penunjang di Rumah Sakit Bhayangkara Padang, masih terdapat sebagian responden yang merasa bahwa fasilitas tersebut belum memadai. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan fasilitas seperti ATM, mushollah, dan kantin memang sudah tersedia, namun belum sepenuhnya mampu memenuhi harapan atau kebutuhan semua pasien dan pengunjung rumah sakit. Kemungkinan, beberapa fasilitas tersebut belum tersebar merata, kurang terawat, kapasitasnya terbatas, atau belum mudah diakses oleh seluruh pengunjung rumah sakit.

B. Analisis Bivariat

1. Hubungan Bauran Produk (*Product*) dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang

Tabel 4.11
Hubungan Bauran Produk dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Tahun 2025
Loyalitas Pasien

Bauran Produk	Tidak Loyal		Loyal		Jumlah		<i>p value</i>
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	
Tidak baik	26	55,3	21	44,7	47	100	0,002
Baik	11	22,0	39	78,0	50	100	
Total	37	38,1	60	61,9	97	100	

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara bauran produk dengan loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang, di peroleh nilai $p=0,002$ ($p=value \leq 0,05$). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kusuma (2024) Rumah Sakit TNI AU Lanud EL Tari dimana hasil penelitian menunjukkan nilai $p=0,000$ ($p\ value \leq 0,05$) maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan yang signifikan antara produk dengan loyalitas pasien. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Octavianti (2025) di Rumah Sakit Tk II 14.05.01 Pelamonia Makassar hasil uji statistik diperoleh nilai $p=0,0027$ ($p\ value \leq 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara produk dengan loyalitas pasien.

Berdasarkan asumsi peneliti, masih ada responden yang menilai bahwa produk kurang baik karena pelayanan rawat jalan tidak dapat dimanfaatkan setiap hari, disebabkan dokter tidak selalu tersedia. Melihat hal ini, disarankan agar pihak Rumah Sakit Bhayangkara Padang dapat mengatur jadwal kehadiran dokter dengan lebih baik. Kehadiran dokter yang lebih rutin setiap hari akan membantu memenuhi kebutuhan pasien. Selain itu, informasi jadwal praktik dokter juga sebaiknya disampaikan dengan jelas dan mudah diakses agar pasien lebih nyaman dalam memanfaatkan layanan rawat jalan.

2. Hubungan Harga (*Price*) dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang

Tabel 4.12
Hubungan Bauran Harga dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Tahun 2025

Bauran Harga	Loyalitas Pasien						p value
	Tidak Loyal		Loyal		Jumlah		
	f	%	f	%	f	%	
Tidak baik	26	54,2	22	45,8	48	100	0,003
Baik	11	22,4	38	77,6	49	100	
Total	37	38,1	60	61,9	97	100	

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara bauran harga dengan loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang, di peroleh nilai $p=0,003$ ($p=value \leq 0,05$). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Lestari (2024) Hasil uji statistik diperoleh nilai $p=0,0001$ ($p\ value \leq 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara harga dengan loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Muhammadiyah Selogiri Tahun 2024, namun tidak sejalan dengan penelitian Octavianti (2025) di Rumah Sakit Tk II 14.05.01 Pelamonia Makassar Hasil uji statistik diperoleh nilai $p=0,180$ ($p\ value > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara harga dengan loyalitas pasien.

Berdasarkan asumsi peneliti, meskipun sebagian besar pasien merasakan adanya keunggulan dari segi harga, namun masih terdapat sebagian responden yang belum sepenuhnya merasakan manfaat biaya yang lebih ekonomis. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar Rumah Sakit Bhayangkara Padang tidak hanya mempertahankan harga layanan yang terjangkau, tetapi juga meningkatkan transparansi dalam pemberian informasi terkait biaya sejak awal proses pelayanan. Selain itu, rumah sakit perlu memastikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan sebanding dengan tarif yang dikenakan, sehingga pasien merasa mendapatkan nilai yang sesuai dengan pengorbanan biaya yang dikeluarkan.

3. Hubungan Bauran Tempat (*Place*) dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang

Tabel 4.13
Hubungan Bauran Tempat dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Tahun 2025

Bauran Tempat	Loyalitas Pasien						p value
	Tidak Loyal		Loyal		Jumlah		
	f	%	f	%	f	%	
Tidak baik	18	47,4	20	52,6	38	100	0,198
Baik	19	32,2	40	67,8	59	100	
Total	37	38,1	60	61,9	97	100	

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara bauran tempat dengan loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang, di peroleh nilai $p=0,198$ ($p=$ value $> 0,05$). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kusuma (2024) Rumah Sakit TNI AU Lanud EL Tari hasil uji statistik diperoleh nilai $p=0,884$ (p value $> 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara tempat dengan loyalitas pasien rawat jalan dan penelitian Octavianti (2025) di Rumah Sakit Tk II 14.05.01 Pelamonia Makassar hasil uji statistik diperoleh nilai $p=0,598$ (p value $> 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara tempat dengan loyalitas pasien.

Berdasarkan asumsi peneliti, masih ada beberapa responden yang menilai bahwa aspek tempat kurang baik, khususnya terkait area parkir yang dinilai sempit dan tidak memadai. Hal ini menyebabkan sebagian pasien kesulitan dalam mencari tempat parkir untuk kendaraannya. Oleh karena itu, disarankan agar Rumah Sakit Bhayangkara Padang perlu mempertimbangkan penambahan atau pengaturan ulang area parkir agar lebih luas dan memadai untuk pengunjung.

4. Hubungan Bauran Promosi (*Promotion*) dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang

Tabel 4.14
Hubungan Bauran Promosi dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Tahun 2025

Bauran Promosi	Loyalitas Pasien						p value
	Tidak Loyal		Loyal		Jumlah		
	f	%	f	%	f	%	
Tidak baik	20	55,6	16	44,4	36	100	0,013
Baik	17	27,9	44	72,1	61	100	
Total	37	38,1	60	61,9	97	100	

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara bauran promosi dengan loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang, di peroleh nilai $p=0,013$ ($p=$ value $\leq 0,05$). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Octavianti (2025) di Rumah Sakit Tk II 14.05.01 Pelamonia Makassar hasil uji statistik diperoleh nilai $p=0,008$ (p value $\leq 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara promosi dengan loyalitas pasien.

Berdasarkan asumsi peneliti, masih ada responden yang menilai bahwa pihak rumah sakit belum secara optimal memberikan penyuluhan atau edukasi kesehatan kepada pasien rawat jalan selama berada di ruang tunggu. Kurangnya informasi yang diberikan dapat berdampak pada rendahnya pengetahuan pasien mengenai penyakit, pencegahan, maupun prosedur pelayanan yang tersedia. Hal ini menunjukkan adanya celah dalam upaya rumah sakit untuk meningkatkan kualitas pelayanan non-medis yang bersifat promotif dan preventif. Disarankan kepada rumah sakit untuk mulai mengadakan kegiatan penyuluhan kesehatan secara rutin di ruang tunggu pasien rawat jalan.

5. Hubungan Bauran Orang (*People*) dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang

Tabel 4. 15
Hubungan Bauran Orang dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Tahun 2025

Bauran Orang	Loyalitas Pasien						p value
	Tidak Loyal		Loyal		Jumlah		
	f	%	f	%	f	%	
Tidak baik	27	61,4	17	38,6	44	100	0,000
Baik	10	18,9	43	81,1	53	100	
Total	37	38,1	60	61,9	97	100	

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara bauran orang dengan loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang, di peroleh nilai $p=0,000$ ($p=value \leq 0,05$). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yuliza & Gusrianti (2024) dimana hasil penelitian menunjukkan nilai $p=0,007$ ($p value \leq 0,05$) maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan yang signifikan antara orang dengan loyalitas pasien dan namun tidak sejalan dengan penelitian Kusuma (2024) Rumah Sakit TNI AU Lanud EL Tari dimana hasil penelitian menunjukkan nilai $p=0,616$ ($p value \leq 0,05$) maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara orang dengan loyalitas pasien.

Berdasarkan asumsi peneliti, masih ada responden yang menilai bahwa bauran orang kurang baik karena petugas administrasi dan kasir masih ada yang bersikap kurang ramah, disarankan agar Rumah Sakit Bhayangkara Padang dapat terus meningkatkan sikap ramah dan pelayanan yang hangat dari petugas administrasi dan kasir.

6. Hubungan Bauran Proses (*Process*) dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang

Tabel 4. 16
Hubungan Bauran Proses dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Tahun 2025

Bauran Proses	Loyalitas Pasien						p value
	Tidak Loyal		Loyal		Jumlah		
	f	%	f	%	f	%	
Tidak baik	22	51,2	21	48,8	43	100	0,032
Baik	15	27,8	39	72,2	54	100	
Total	37	38,1	60	61,9	97	100	

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara bauran proses dengan loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang, di peroleh nilai $p=0,032$ ($p=value \leq 0,05$). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kusuma (2024) Rumah Sakit TNI AU Lanud EL Tari dimana hasil penelitian menunjukkan nilai $p=0,018$ ($p value \leq 0,05$) maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan yang signifikan antara proses dengan loyalitas pasien dan penelitian Octavianti (2025) di Rumah Sakit Tk II 14.05.01 Pelamonia Makassar dimana hasil penelitian menunjukkan nilai $p=0,000$ ($p value \leq 0,05$) maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan yang signifikan antara proses dengan loyalitas pasien.

Berdasarkan asumsi peneliti, keterlambatan dokter dalam melakukan pemeriksaan berdampak langsung terhadap kepuasan pasien dan persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang. Ketidaktepatan waktu pemeriksaan oleh dokter dapat menimbulkan persepsi negatif terhadap profesionalisme tenaga medis dan menurunkan tingkat kepercayaan serta kenyamanan

pasien dalam menerima layanan. Peneliti menyarankan agar pihak manajemen rumah sakit meningkatkan pengawasan terhadap jadwal dan kedisiplinan waktu pemeriksaan oleh dokter, khususnya di layanan rawat jalan. Rumah sakit dapat menyusun sistem pengingat atau kontrol digital, serta menerapkan evaluasi rutin terhadap kepatuhan jadwal dokter. Selain itu, penting untuk membangun komunikasi yang lebih transparan kepada pasien terkait alasan keterlambatan apabila terjadi, guna menjaga kepercayaan pasien.

7. Hubungan Bauran Bukti Fisik (*Physical Evidence*) dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang

Tabel 4.17
Hubungan Bauran Bukti Fisik dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Tahun 2025

Bauran Bukti Fisik	Loyalitas Pasien						p value
	Tidak Loyal		Loyal		Jumlah		
	f	%	f	%	f	%	
Tidak baik	25	53,2	22	46,8	47	100	0,006
Baik	12	24,0	38	76,00	50	100	
Total	37	38,1	60	61,9	97	100	

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara bauran bukti fisik dengan loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang, di peroleh nilai $p=0,006$ ($p=value \leq 0,05$). Hasil penelitian ini sejalan penelitian Octavianti (2025) di Rumah Sakit Tk II 14.05.01 Pelamonia Makassar dimana hasil penelitian menunjukkan nilai $p=0,021$ ($p value \leq 0,05$) maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan yang signifikan antara bukti fisik dengan loyalitas pasien dan Kusuma (2024) Rumah Sakit TNI AU Lanud EL Tari dimana hasil penelitian menunjukkan nilai $p=0,000$ ($p value \leq 0,05$) maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan yang signifikan antara bukti fisik dengan loyalitas pasien.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan tentang hubungan *marketing mix* dengan loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang Tahun 2025, dapat ditarik kesimpulan 38,1% menyatakan tidak loyal terhadap pelayanan rawat jalan di instalasi rawat jalan Rumah Sakit Bhayangkara Padang, 48,5% menyatakan bauran produk tidak baik. 49,5% menyatakan bauran harga tidak baik. 60,8% menyatakan bauran tempat tidak baik. 37,1% menyatakan bauran promosi tidak baik. 45,4% menyatakan bauran orang tidak baik. Sebanyak 43 pasien (44,3%) menyatakan bauran proses di instalasi rawat jalan Rumah Sakit Bhayangkara tidak baik. 48,5% menyatakan bauran bukti fisik tidak baik. Hasil uji statistic diketahui terdapat hubungan bauran produk dengan loyalitas pasien dengan nilai $p value = 0,002 < (0,05)$, hubungan bauran harga dengan loyalitas pasien dengan nilai $p value = 0,003 <$

244 Hubungan Marketing Mix Dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang Tahun 2025 - Intan Sari, Nurul Prihastita Rizyana, Wilda Tri Yuliza
DOI : <https://doi.org/10.37985/apj.v2i4.52>

(0,05), hubungan bauran tempat dengan loyalitas pasien dengan nilai $p \text{ value} = 0,198 \geq (0,05)$, bauran promosi dengan loyalitas pasien dengan nilai $p \text{ value} = 0,013 < (0,05)$, bauran orang dengan loyalitas pasien dengan nilai $p \text{ value} = 0,000 < (0,05)$, bauran proses dengan loyalitas pasien dengan nilai $p \text{ value} = 0,032 < (0,05)$, bauran bukti fisik dengan loyalitas pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang Tahun 2025 dengan nilai $p \text{ value} = 0,006 < (0,05)$.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi khususnya Rumah Sakit Bhayangkara Padang tempat peneliti melakukan penelitian pada penyusunan, pelaksanaan dan pelaporan hingga publikasi jurnal penelitian ini.

REFERENSI

- Ananda, S. P. (2022). *Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Loyalitas Pasien Di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Cahaya Kabupater Rokan Hilir Tahun 2022*. 9, 356–363.
- Anwar, M., & Susanto, R. (2021). Proses Pelayanan dan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit. *Jurnal Administrasi Kesehatan*, 5(2), 89–95.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat. (2023). Jumlah Rumah Sakit Umum, Rumah Sakit Khusus, Puskesmas, Klinik Pratama, dan Posyandu Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah, 2023. In *BPS Prov. Jawa Tengah*. <https://jateng.beta.bps.go.id/id/statistics-table/3/YmlzemNGUkNVblZLVVhObIREWnZXbkEzWld0eVVUMDkjMw==/jumlah-rumah-sakit-umum-rumah-sakit-khusus-puskesmas-klinik-pratama-dan-posyandu-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tengah.html?year=2023>
- Churiyah, M., & Hagayuna, D. (2012). Jurnal Ekonomi Modernisasi Faktor-Faktor yang Menentukan Perilaku. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3, 228–236.
- Fitriyani dkk. (2023). Analisis Sistem Pelayanan Rawat Jalan di Rumah Sakit Umum Daerah Koja. *Masip: Jurnal Manajemen Administrasi Bisnis Dan Publik Terapan*, 1(4), 107–118. <https://doi.org/10.59061/masip.v1i4.470>
- Griffin, J. (2017). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. New York: Jossey-Bass.
- Guriti, M., Fitri, M. R., Chudri, J., & Pou, R. (2024). *Penerapan Strategi Customer Relationship Management dalam Meningkatkan Loyalitas Pasien*. 1, 258–273.
- Hapsa, H. (2020). The Relationship of Marketing Mix With Patient Loyalty At Inpatient Unit Of Undata General Hospital. *Preventif: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 10(1), 13–23.

245 Hubungan Marketing Mix Dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Bhayangkara Padang Tahun 2025 - Intan Sari, Nurul Prihastita Rizyana, Wilda Tri Yuliza
DOI : <https://doi.org/10.37985/apj.v2i4.52>

<https://doi.org/10.22487/preventif.v10i1.116>

Kesehatan, U. R. T. (2023). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2023 Tentang Kesehatan. *Undang-Undang, 187315*, 1–300.

Kusuma, K. R. A., Syaodih, E., & Handayani, N. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit TNI AU Lanud El Tari. *ProBusiness: Management Journal, 15*(6), 65–74. www.jonhariono.org/index.php/ProBisnis

Lestari, P., Susanto, A., & Listyorini, P. I. dkk. (2024). *Rawat Jalan Rumah Sakit Muhammadiyah Selogiri The Relation Between Marketing Mix and Loyalty of Outpatients at Muhammadiyah Selogiri Hospital. 2022*, 1819–1823.

Lutfi, D. (2025). *Pengaruh Bauran Pemasaran 10P (Mega Marketing Mix) Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Di RSIA Ananda Lubuklinggau. 9*(2), 193–209.

Makmun, A. (2022). Peningkatan Kualitas Rumah Sakit di Kota Makassar. In *Nas Media Pustaka*. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=EMOPEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=pelayanan+kesehatan+di+era+gloablalisasi&ots=OKdq2JwaJt&sig=SBkQz4BvS75nLmJ2XoWEub5xjTc>

Nugroho, A. (2021). Manajemen Pelayanan Kesehatan: Meningkatkan Kepuasan Pasien Melalui Proses Efektif dan Efisien. *Jurnal Ilmiah Kesehatan, 12*(2), 112-118.

Permatasari, C., Sari, R. E., Mecarisce, A. A., Solida, A., & Wardiah, R. (2022). Hubungan Persepsi Bauran Pemasaran dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Umum Kambang Jambi. *Malahayati Nursing Journal, 4*(11), 2925–2936. <https://doi.org/10.33024/mnj.v4i11.7107>

Permenkes RI, P. N. 3 T. (2020). Permenkes No 3 Tahun 2020 Tentang Klasifikasi dan Perizinan Rumah Sakit. *Tentang Klasifikasi Dan Perizinan Rumah Sakit, 3*, 1–80.

Putra, A., & Dewi, L. (2023). Peran Staf dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit. *Jurnal Ilmu Manajemen, 18*(2), 120-128.

Putri, A., & Santoso, B. (2023). Manajemen Proses Pelayanan Kesehatan untuk Meningkatkan Kepuasan Pasien. *Jurnal Administrasi Kesehatan, 10*(2), 78-85.

Putri, M. A., & Handayani, L. (2021). Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Kesehatan, 9*(2), 112–120.

Rahmah, D. (2023). *The Relationship between Mix Marketing with Patient Loyalty in Outpatient Service at General Hospital of Nyi Ageng Serang Regency , Kulong Progo. 6*(1), 50–56.

246 Hubungan Marketing Mix Dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit
Bhayangkara Padang Tahun 2025 - Intan Sari, Nurul Prihastita Rizyana, Wilda Tri Yuliza
DOI : <https://doi.org/10.37985/apj.v2i4.52>

- Sarah. (2017). Hubungan persepsi bauran pemasaran dengan loyalitas Pasien di Poli Rehabilitasi medik RSUD Pasar Minggu. Jakarta
- Sari, D. (2023). Hubungan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P (Product, Price, Promotion, Place, Process, People, Dan Physical Evidence) Dengan Loyalitas Pasien Di Unit Rawat Jalan Rumah Sakit St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Mulawarman (JKMM)*, 5(1), 32. <https://doi.org/10.30872/jkmm.v5i1.10454>
- Siswati, E., Iradawaty, sofiah N., & Imamah, N. (2024). Costumer Relationship Management Dan Implementasinya Pada Perusahaan Kecil. In *Cv.Eureka Media Aksara*.
- Sitepu, M. (2024). *Analisis Loyalitas Pasien dan Kepuasan Pasien : Pendekatan Kajian Literatur dengan Kualitas Pelayanan Rumah Sakit sebagai Variabel Intervening*. 4(4), 2047–2058.
- Stefanus Supriyanto, & Ernawaty. (2022). *Pemasaran Jasa Kesehatan*. PT RajaGrafindo Persada.
- Sutisna, M., & Wahyuni, S. (2020). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- UU RI No 17. (2023). *Undang-undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan*.
- Wibowo, A., & Lestari, N. (2021). Pengaruh Strategi Promosi terhadap Loyalitas Konsumen dalam Industri Jasa Kesehatan. *Jurnal Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 9(2), 101–110.
- Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf* (Issue April, p. 79).