

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
PASIEN NON-BPJS DI RSUD ARIFIN ACHMAD
PEKANBARU**

*(The Influence Of Marketing Mix On The Satisfaction Of Non-Bpjs
Patients At Rsud Arifin Achmad Pekanbaru)*

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral Comprehensive
Sarjana Lengkap Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lancang Kuning*

Oleh

NILA WATI
2461201506

MANAJEMEN



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LANCANG KUNING
PEKANBARU**

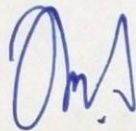
2026

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : NILA WATI
NIM : 2461201506
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN NON-BPJS DI RSUD ARIFIN ACHMAD PEKANBARU

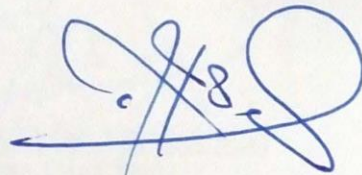
DISETUJUI

PEMBIMBING I



DR. ZULIA KHAIRANI, SE., MM
NIDN: 1008078601

PEMBIMBING II



DR. IDEL WALDELMY, SE.I, M.SI
NIDN: 1008078602

DEKAN



Assoc. Dr. DIN LONASIS, S.E., S.H., M.M., M.H., AK., CA., ACPA
NIDN: 1006067101

KETUA JURUSAN



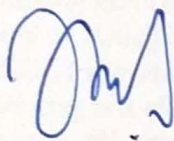
Dr. AZNURIYANDI, S.E, M.Si
NIDN: 1021088602

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : NILA WATI
NIM : 2461201506
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
PASIEN NON-BPJS DI RSUD ARIFIN ACHMAD PEKANBARU

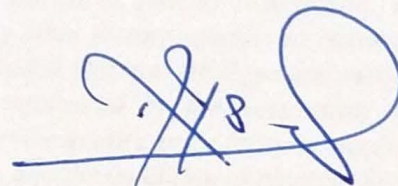
DISETUJUI OLEH:

PEMBIMBING I



DR. ZULIA KHAIRANI, SE., MM
NIDN: 1008078601

PEMBIMBING 2



DR. IDEL WALDELMY, SE.I, M.SI
NIDN: 1008078602

KETUA JURUSAN



Dr. AZNURIYANDI, S.E, M.Si
NIDN : 1021088602



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of the service marketing mix (7P), consisting of Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence, on the satisfaction of non-BPJS patients at RSUD Arifin Achmad Pekanbaru. This research employed a quantitative approach using a survey method. The population of this study comprised non-BPJS patients at RSUD Arifin Achmad Pekanbaru, with a sample of 100 respondents selected through purposive sampling. Data were collected by distributing questionnaires developed based on the indicators of each research variable and measured using a Likert scale. The data analysis techniques included validity testing, reliability testing, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis using SPSS version 25. The results showed that partially, the variables of Product, Price, Place, Promotion, Process, and Physical Evidence had a significant effect on non-BPJS patient satisfaction, while the People variable did not have a significant effect. This was indicated by significance values below 0.05 for all variables except People, which had a significance value of 0.095. Simultaneously, the service marketing mix (7P) variables had a significant effect on non-BPJS patient satisfaction, as evidenced by an F-value of 12.365 with a significance level of 0.000. The coefficient of determination (Adjusted R²) was 0.446, indicating that the service marketing mix explained 44.6% of the variation in non-BPJS patient satisfaction, while the remaining percentage was influenced by other factors outside the research model. Based on these findings, it can be concluded that non-BPJS patient satisfaction at RSUD Arifin Achmad Pekanbaru is influenced by the integration of service marketing mix elements, particularly service quality, price fairness, accessibility of services, efficiency of service processes, and the condition of physical facilities.

Keywords: *Service Marketing Mix (7P), Patient Satisfaction, Non-BPJS Patients.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran jasa (7P) yang terdiri dari *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah seluruh pasien non-BPJS RSUD Arifin Achmad Pekanbaru, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dan diukur menggunakan skala Likert. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *Process*, dan *Physical Evidence* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS, sedangkan variabel *People* tidak berpengaruh signifikan. Hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi masing-masing variabel yang lebih kecil dari 0,05, kecuali variabel *People* dengan nilai signifikansi sebesar 0,095. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa seluruh variabel bauran pemasaran jasa (7P) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS dengan nilai F-hitung sebesar 12,365 dan tingkat signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0,446 menunjukkan bahwa bauran pemasaran jasa mampu menjelaskan 44,6% variasi kepuasan pasien non-BPJS, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru dipengaruhi oleh keterpaduan elemen bauran pemasaran jasa, terutama kualitas layanan, kewajaran biaya, kemudahan akses pelayanan, efisiensi proses, dan kondisi fasilitas fisik rumah sakit.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran Jasa (7P), Kepuasan Pasien, Pasien Non-BPJS.

PERNYATAAN

Dengan saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis dalam bentuk skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana, Magister, dan/atau Doktor) baik di Universitas Lancang Kuning maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali secara jelas dengan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, Januari 2026

Yang membuat pernyataan



NILA WATI

Nim: 2461201506

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pasien Non-BPJS di Rsud Arifin Achmad Pekanbaru”. Penulisan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning. Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kesabaran, kemudahan dan kelancaran bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, tanpa bantuan-Nya mungkin penulis tidak akan mempunyai kekuatan untuk terus berusaha menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Dini Onasis, S.E., S.H., M.M., M.H., AK., CA., ACPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.
3. Bapak Dr. Aznuriyandi, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Lancang Kuning.
4. Ibu Dr. Zulia Khairani, SE., MM selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberi arahan, masukan dan memberi kemudahan atas penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. IDEL WALDELM, SE.I, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberi arahan, masukan dan memberi kemudahan atas penyusunan skripsi ini.

6. Segenap Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning yang telah mengajarkan serta berbagi ilmu selama perkuliahan ini.
7. Seluruh Staff dan Tata Usaha yang telah membantu dan meringankan beban dalam pengurusan administrasi selama perkuliahan
8. Kepada pimpinan dan staf RSUD Arifin Achmad yang telah mengizinkan serta membantu penelitian ini sehingga selesai sampai saat ini.
9. Kepada orang tua dan keluarga besar, atas segala doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
10. Kepada suami tercinta Bustami Ramzi SP.d.dan anak anak tersayang Nabilla Zahra Ramla, Muthiah Syakira Ramla, Rafif Athallah Bustami, Almeera Alfhatunnisa Ramla yang telah memberikan dukungan, doa dan motivasi kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
11. Kepada orang tua dan keluarga besar, atas segala doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
12. Kepada teman-teman Manajemen RPL, yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, dan kebersamaan kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga penyusunan skripsi ini.
13. Dan pihak-pihak lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan dorongannya dalam penulisan skripsi ini.

DAFTAR ISI

ABSTRACT.....	i
ABSTRAK	ii
PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.4 Sistematika Penulisan	11
BAB II TELAAH PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS. 13	
2.1 Telaah Pustaka.....	13
2.1.1 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	13
2.2 Kepuasan Pasien.....	20
2.2.1 Pengertian Kepuasan Pasien	20
2.2.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien	22
2.2.3 Indikator Kepuasan Pasien.....	23
2.3 Penelitian Terdahulu.....	24
2.4 Kerangka Pemikiran.....	27
2.4.1 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	27
2.4.2 Kepuasan Konsumen.....	28
2.4.3 Pengaruh antara Bauran Pemasaran dan Kepuasan Konsumen	28
2.5 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Objek Penelitian	32
3.2 Populasi dan Sampel	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel.....	33
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	33

3.4	Jenis dan Sumber Data	34
3.5	Teknik Pengumpulan Data	35
3.6	Identifikasi dan Operasional Variabel	36
3.7	Analisa Data	38
3.7.1	Analisa Deskriptif	38
3.7.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	39
3.7.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
3.7.5	Uji Hipotesis	42
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN		44
4.1	Sejarah RSUD Arifin Achmad Pekanbaru	44
4.2	Visi dan Misi RSUD Arifin Achmad Pekanbaru.....	45
4.3	Stuktur Organisasi.....	46
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		48
5.1	Hasil Penelitian	48
5.1.1	Deskripsi Penelitian	48
5.1.2	Karakteristik Responden	48
5.1.3	Hasil Deskriptif Variabel <i>Product</i>	51
5.1.4	Hasil Deskriptif Variabel <i>Price</i>	53
5.1.5	Hasil Deskriptif Variabel <i>Place</i>	54
5.1.6	Hasil Deskriptif Variabel Promotion.....	56
5.1.7	Hasil Deskriptif Variabel <i>People</i>	58
5.1.8	Hasil Deskriptif Variabel <i>Process</i>	59
5.1.9	Hasil Deskriptif Variabel Physical Evident.....	61
5.1.10	Hasil Deskriptif Variabel Kepuasan Pasien.....	63
5.1.11	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	64
5.1.12	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	70
5.1.14	Hasil Uji Hipotesis	75
5.2	Pembahasan.....	80
5.2.1	Pengaruh <i>Product</i> (X_1) terhadap Kepuasan Pasien Non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru	80
5.2.2	Pengaruh <i>Price</i> (X_2) terhadap Kepuasan Pasien Non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru	81
5.2.3	Pengaruh <i>Place</i> (X_3) terhadap Kepuasan Pasien Non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru	82

5.2.4	Pengaruh <i>Promotion</i> (X ₄) terhadap Kepuasan Pasien Non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru	83
5.2.5	Pengaruh <i>People</i> (X ₅) terhadap Kepuasan Pasien Non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru	85
5.2.6	Pengaruh <i>Process</i> (X ₆) terhadap Kepuasan Pasien Non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru	86
5.2.7	Pengaruh <i>Physical Evidence</i> (X ₇) terhadap Kepuasan Pasien Non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru.....	87
5.2.8	Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Secara Simultan terhadap Kepuasan Pasien Non-BPJS.....	88
VI	KESIMPULAN DAN SARAN	89
6.1	Kesimpulan	89
6.2	Saran.....	91
	DAFTAR PUSTAKA.....	92
	LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rumah Sakit Umum Alternatif Pilihan Pasien di Kota Pekanbaru	3
Tabel 2. Perbandingan Jumlah Pasien BPJS dan Non-BPJS RSUD Arifin Achmad Pekanbaru Tahun 2022–2024	5
Tabel 3. Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4. Defenisi Oprasional Variabel.....	36
Tabel 5. Usia Responden.....	49
Tabel 6. Jenis Pembayaran Noo-BPJS Responden	49
Tabel 7. Jenis Kelamin Responden	50
Tabel 8. Pendidikan Responden	51
Tabel 9. Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Product</i>	51
Tabel 10. Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Price</i>	53
Tabel 11. Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Place</i>	55
Tabel 12. Tanggapan Responden terhadap Variabel Promotion.....	56
Tabel 13. Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>People</i>	58
Tabel 14. Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Process</i>	60
Tabel 15. Tanggapan Responden terhadap Variabel Physical Evidence	61
Tabel 16. Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Pasien Non BPJS	63
Tabel 17. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product</i>	65
Tabel 18. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Price</i>	65
Tabel 19. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Place</i>	66
Tabel 20. Hasil Uji Validitas Variabel Promotion	66
Tabel 21. Hasil Uji Validitas Variabel <i>People</i>	67
Tabel 22. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Process</i>	67
Tabel 23. Hasil Uji Validitas Variabel Physical Evidence.....	68
Tabel 24. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pasien	69
Tabel 25. Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 26. Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	71
Tabel 27. Hasil Uji Multikolinearitas	72

Tabel 28. Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
Tabel 29. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	74
Tabel 30. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	76
Tabel 31. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	78
Tabel 32. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 2. Struktur Organisasi RSUD Arifin Achmad Pekanbaru	46
Gambar 3. Histogram Uji Normalitas	67

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan perkembangan industri jasa kesehatan yang semakin kompetitif, kepuasan pasien menjadi salah satu indikator utama yang menentukan keberhasilan manajemen rumah sakit. Pelayanan kesehatan tidak lagi dipandang hanya dari sisi kesembuhan medis, tetapi juga dari pengalaman pasien (*patient experience*) yang mencakup kenyamanan, kecepatan, keramahan, serta persepsi nilai terhadap biaya dan mutu layanan (Van de Wetering, 2021). Rumah sakit di berbagai negara terus berupaya menyesuaikan strategi pelayanan mereka agar berorientasi pada kebutuhan dan harapan pasien, sebagaimana ditegaskan oleh *World Health Organization* (WHO) bahwa *patient-centered care* merupakan pilar penting dalam peningkatan mutu sistem kesehatan global.

Pasien yang puas cenderung merekomendasikan layanan, berkunjung kembali, dan mematuhi terapi yang diberikan (Ghazali et al., 2020). Oleh karena itu, kepuasan pasien kini dipandang bukan hanya sebagai hasil akhir pelayanan, tetapi juga sebagai tolak ukur efektivitas strategi manajemen rumah sakit. Dalam hal ini, kualitas layanan harus dipadukan dengan strategi pemasaran yang mampu membangun persepsi positif terhadap layanan Kesehatan (Lin et al., 2022). Selain itu, kepuasan pasien yang tinggi juga berkontribusi terhadap peningkatan citra dan daya saing rumah sakit ditengah persaingan rumah sakit.

Di Indonesia, kepuasan masyarakat terhadap pelayanan publik termasuk rumah sakit menjadi indikator utama keberhasilan reformasi birokrasi dan

manajemen mutu layanan kesehatan (Kemenpan RB, 2023). Penerapan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) melalui BPJS Kesehatan sejak 2014 telah memperluas akses masyarakat terhadap layanan kesehatan, namun juga menghadirkan tantangan baru yaitu peningkatan ekspektasi pasien terhadap kualitas layanan. Hapsari et al. (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kejelasan prosedur, dan kecepatan waktu layanan merupakan determinan utama kepuasan pasien di rumah sakit Indonesia.

Seiring meningkatnya literasi kesehatan dan akses informasi, pasien semakin rasional dan selektif dalam memilih fasilitas pelayanan kesehatan. Pasien kini berperan sebagai konsumen jasa kesehatan yang membandingkan kualitas layanan, citra rumah sakit, kelengkapan fasilitas, serta nilai manfaat yang diperoleh sebelum menentukan keputusan berobat (Zeithaml et al., 2020). Kondisi ini mendorong rumah sakit untuk tidak hanya berfokus pada aspek klinis, tetapi juga pada pengelolaan kepuasan pasien sebagai bagian dari strategi daya saing dan keberlanjutan organisasi.

Fenomena persaingan layanan kesehatan semakin nyata di wilayah perkotaan, termasuk Kota Pekanbaru. Dengan hadirnya berbagai rumah sakit khusus dan rumah sakit ibu dan anak yang menawarkan layanan spesifik serta telah memperoleh akreditasi tinggi. Akreditasi rumah sakit menjadi salah satu indikator penting bagi pasien dalam menentukan pilihan, karena mencerminkan standar mutu pelayanan, keselamatan pasien, dan tata kelola rumah sakit yang baik (KARS, 2022). Keberadaan rumah sakit umum dengan status akreditasi paripurna memberikan alternatif nyata bagi pasien, khususnya pasien Non-BPJS.

Tabel 1. Rumah Sakit Umum Alternatif Pilihan Pasien di Kota Pekanbaru

No	Nama Rumah Sakit	Alamat	Status Akreditasi
1	RSUD Arifin Achmad Provinsi Riau	Jl. Diponegoro No.2, Pekanbaru	Paripurna
2	RSUD Petala Bumi	Jl. Dr. Soetomo No.65, Pekanbaru	Paripurna
3	RS Prima Pekanbaru	Jl. Bima No.1, Delima, Pekanbaru	Paripurna
4	Aulia Hospital Pekanbaru	Jl. HR. Soebrantas No.63, Pekanbaru	Paripurna
5	RS Awal Bros Sudirman (Primaya Hospital)	Jl. Jend. Sudirman No.117, Pekanbaru	Paripurna
6	RS Awal Bros A. Yani (Primaya Hospital)	Jl. Jend. Ahmad Yani No.73, Pekanbaru	Paripurna
7	RS Awal Bros Panam (Primaya Hospital)	Jl. HR. Soebrantas No.88, Pekanbaru	Paripurna
8	Eka Hospital Pekanbaru	Jl. Soekarno-Hatta Km 6,5, Pekanbaru	Paripurna / JCI Internasional
9	RS Hermina Pekanbaru	Jl. Tuanku Tambusai, Pekanbaru	Paripurna
10	RS Santa Maria Pekanbaru	Jl. Jend. Ahmad Yani No.68, Pekanbaru	Paripurna
11	RS Sansani Pekanbaru	Jl. Soekarno-Hatta, Pekanbaru	Paripurna
12	RS Islam Ibnu Sina Pekanbaru	Jl. Melati No.60, Pekanbaru	Paripurna
13	RS Bhayangkara Pekanbaru	Jl. RA Kartini No.14, Pekanbaru	Akreditasi Nasional
14	RS Universitas Riau	Kampus UNRI Panam	Proses / belum dipublikasikan

(Sumber : Media Center Riau, 2025)

Keberadaan berbagai rumah sakit alternatif dengan status akreditasi paripurna menunjukkan bahwa pasien memiliki banyak pilihan layanan kesehatan dengan mutu yang relatif setara. Dalam kondisi ketika standar mutu pelayanan dasar telah terpenuhi, kepuasan pasien menjadi faktor pembeda utama yang memengaruhi keputusan pemilihan fasilitas pelayanan kesehatan (Andaleeb, 2001). Kepuasan pasien tidak hanya merefleksikan penilaian terhadap hasil klinis,

tetapi juga mencerminkan evaluasi terhadap keseluruhan pengalaman pelayanan, mulai dari proses administrasi, waktu tunggu, kenyamanan fasilitas, hingga sikap dan komunikasi tenaga kesehatan (Doyle et al., 2019).

Selain itu, di Kota Pekanbaru juga terdapat sekitar 15 rumah sakit khusus yang menangani layanan spesifik seperti kesehatan ibu dan anak, pelayanan mata, kesehatan jiwa, bedah, serta gigi dan mulut (Media Center Riau, 2025). Keberadaan rumah sakit khusus tersebut memberikan alternatif nyata bagi pasien, khususnya pasien non-BPJS, untuk memilih fasilitas pelayanan kesehatan yang dianggap paling mampu memenuhi kebutuhan medis dan non-medis mereka. Fenomena ini memperkuat tingkat persaingan antar fasilitas pelayanan kesehatan, tidak hanya antar rumah sakit swasta, tetapi juga antara rumah sakit pemerintah dan rumah sakit khusus. Dalam situasi persaingan tersebut, kepuasan pasien menjadi indikator strategis yang menentukan daya tarik dan keberlanjutan rumah sakit, karena pasien yang tidak puas memiliki kecenderungan lebih besar untuk berpindah ke rumah sakit lain yang dianggap mampu memberikan pengalaman pelayanan yang lebih baik (Cronin et al., 2021).

Di sisi lain, penerapan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) melalui BPJS Kesehatan telah membawa perubahan signifikan terhadap struktur pembiayaan layanan kesehatan di Indonesia. Program ini berhasil memperluas akses masyarakat terhadap pelayanan kesehatan, namun sekaligus meningkatkan beban pelayanan rumah sakit dan ekspektasi pasien terhadap kualitas layanan yang diterima (Agustina et al., 2020). Di Provinsi Riau, capaian *Universal Health Coverage* (UHC) yang hampir mencapai 100% pada tahun 2024 berdampak pada

dominasi pasien BPJS dalam komposisi kunjungan rumah sakit (Dinas Kesehatan Provinsi Riau, 2024).

Perubahan struktur pembiayaan tersebut tercermin pada perbandingan jumlah pasien BPJS dan non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru selama beberapa tahun terakhir, yang menunjukkan peningkatan proporsi pasien BPJS dan penurunan jumlah pasien non-BPJS secara konsisten sebagaimana ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 2. Perbandingan Jumlah Pasien BPJS dan Non-BPJS RSUD Arifin Achmad Pekanbaru Tahun 2022–2024

No	Tahun	Total Pasien	Pasien BPJS	Pasien Non BPJS
1	2022	202.027	121.216 (60,00%)	80.811 (40,00%)
2	2023	232.314	144.035 (62,00%)	88.279 (38,00%)
3	2024	228.500	148.525 (65,00%)	79.975 (35,00%)

(Sumber : LKJIP RSUD Arifin Achmad, 2024)

Berdasarkan Tabel tersebut, terlihat adanya indikasi penurunan jumlah dan proporsi pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru dalam tiga tahun terakhir. Jumlah pasien non-BPJS menurun dari 80.811 pasien (40,00%) pada tahun 2022 menjadi 79.975 pasien (35,00%) pada tahun 2024, sementara pada periode yang sama proporsi pasien BPJS justru mengalami peningkatan secara konsisten. Penurunan ini menunjukkan adanya pergeseran pola pembiayaan layanan kesehatan masyarakat, di mana ketergantungan terhadap skema Jaminan Kesehatan Nasional semakin dominan, sekaligus mengindikasikan tantangan bagi rumah sakit dalam mempertahankan segmen pasien non-BPJS di tengah perubahan preferensi dan pilihan layanan kesehatan.

Adanya penurunan pasien non-BPJS tersebut, menurut hasil wawancara pra-penelitian terhadap 15 orang responden non-BPJS di RSUD Arifin Achmad. Hasil pra-penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai mutu produk layanan rumah sakit sudah baik dari sisi kompetensi tenaga medis, kelengkapan sarana penunjang medis, serta variasi layanan kesehatan yang ditawarkan. Mereka mengapresiasi profesionalisme dokter dan perawat, serta ketersediaan fasilitas diagnostik yang lengkap. Namun demikian, dari 15 responden tersebut, 11 orang menyatakan bahwa proses pelayanan masih memerlukan perbaikan, terutama terkait lama waktu tunggu, kerumitan alur administrasi, dan kurangnya kejelasan informasi mengenai jadwal pelayanan. Selain itu, 9 responden menilai bahwa fasilitas ruang tunggu dan kenyamanan lingkungan fisik masih belum sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Beberapa responden juga mengungkapkan bahwa informasi tentang layanan unggulan dan program promosi kesehatan rumah sakit masih terbatas, sehingga pasien non-BPJS sering kali tidak mengetahui seluruh produk layanan yang tersedia.

Keberhasilan strategi pemasaran rumah sakit sangat bergantung pada integrasi yang sinergis antarunsur bauran pemasaran lainnya, seperti *Price* (harga), *Process* (proses pelayanan), *Promotion* (promosi), dan *Physical Evidence* (bukti fisik). Dalam praktiknya, pasien non-BPJS tidak hanya menilai layanan dari hasil medis, tetapi juga dari kewajaran harga dibandingkan kualitas layanan, informasi yang jelas dan mudah diakses, serta kenyamanan lingkungan fisik rumah sakit. Ketika salah satu unsur tersebut lemah, tingkat kepuasan secara

keseluruhan akan menurun, meskipun mutu produk inti sudah baik (Kotler & Keller, 2016).

Secara teoritis, elemen *Product* dalam bauran pemasaran rumah sakit memiliki posisi fundamental karena merupakan inti dari keseluruhan strategi pemasaran jasa kesehatan. Menurut Lovelock dan Wirtz (2016), produk dalam konteks jasa kesehatan mencakup *core service* (layanan medis utama), *supplementary service* (layanan penunjang), serta *delivery process* yang menentukan pengalaman pasien secara menyeluruh. Produk yang berkualitas tidak hanya diukur dari kompetensi tenaga medis, tetapi juga dari keandalan sistem pelayanan dan nilai emosional yang dirasakan pasien.

Sejumlah penelitian terkini menunjukkan bahwa penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pasien rumah sakit, termasuk pada segmen pasien non-BPJS. Penelitian oleh Budiman dan Achmadi (2023) menemukan bahwa seluruh elemen marketing mix (*product, price, place, promotion*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di rumah sakit umum di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen produk dan proses pelayanan menjadi faktor yang paling dominan dalam menciptakan kepuasan pasien, sementara promosi dan harga berperan dalam memperkuat loyalitas jangka panjang.

Selanjutnya, Amrulloh et al. (2024) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa penerapan strategi 5P (*Product, Price, Place, Promotion, People*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pasien non-BPJS. Hasil

analisis regresi menunjukkan bahwa variabel *product* dan *people* merupakan faktor paling dominan, diikuti oleh *price* dan *promotion*. Penelitian ini juga menemukan bahwa pasien non-BPJS cenderung memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap pelayanan personal, transparansi biaya, dan kenyamanan fasilitas dibandingkan pasien BPJS.

Selain itu, Prinanti et al. (2024) memperkuat bukti bahwa bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, yang pada akhirnya mendorong keputusan untuk kembali berobat. Studi ini menemukan bahwa *product*, *process*, dan *physical evidence* menjadi determinan utama yang membangun kepercayaan pasien terhadap rumah sakit. Temuan tersebut menegaskan bahwa rumah sakit yang mampu mengelola mutu layanan inti secara konsisten dan didukung oleh proses pelayanan yang efisien serta lingkungan fisik yang nyaman akan memiliki peluang lebih besar dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pasien, khususnya pada segmen pasien non-BPJS.

Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah membuktikan pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas pasien di berbagai jenis fasilitas kesehatan, namun masih terdapat kesenjangan penelitian dalam konteks rumah sakit pemerintah tipe A yang menjadi rujukan provinsi, khususnya terkait segmen pasien non-BPJS. Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada rumah sakit swasta atau klinik dengan pasien umum, sementara dinamika di rumah sakit pemerintah berbeda karena dipengaruhi oleh kebijakan jaminan kesehatan nasional (BPJS), tingkat beban pelayanan yang tinggi, dan

kompleksitas sistem administrasi public. Oleh karena itu, novelty dari penelitian ini terletak pada upaya mengintegrasikan pendekatan manajemen pemasaran jasa kesehatan dengan analisis kepuasan pasien non-BPJS di rumah sakit pemerintah tipe A terkhusus pada RSUD Arifin Achmad Pekanbaru sebagai studi kasus yang merepresentasikan fenomena aktual penurunan jumlah pasien berbayar mandiri di era *Universal Health Coverage*.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan didukung dengan penelitian terdahulu serta adanya kebaruan penelitian dengan sebelumnya, peneliti termotivasi melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pasien Non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah *Product* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru?
2. Apakah *Price* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru?
3. Apakah *Place* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru?
4. Apakah *Promotion* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru?
5. Apakah *People* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru?

6. Apakah *Physical Evidence* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru?
7. Apakah *Process* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Apakah *Product* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru?
2. Apakah *Price* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru?
3. Apakah *Place* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru?
4. Apakah *Promotion* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru?
5. Apakah *People* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru?
6. Apakah *Process* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru?
7. Apakah *Physical Evidence* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru?

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran jasa, khususnya dalam konteks pelayanan kesehatan publik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran jasa, khususnya Rumah Sakit dan pelayanan public.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan strategis bagi manajemen RSUD Arifin Achmad Pekanbaru dalam menyusun dan mengimplementasikan strategi pemasaran rumah sakit yang lebih efektif dan berorientasi pada pasien. Melalui pemahaman mengenai pengaruh masing-masing elemen bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien non-BPJS, pihak rumah sakit dapat mengidentifikasi aspek layanan yang perlu diperbaiki.

1.4 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun secara sistematis dan runtut, sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini memaparkan landasan teori yang menjadi dasar dalam penelitian, mencakup konsep-konsep bauran pemasaran, kepuasan pasien, serta penelitian-penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini memuat tentang lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data serta analisis data.

BAB IV: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab yang membahas tentang gambaran umum perusahaan yang terdiri dari sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan aktivitas perusahaan.

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan tentang hasil penelitian yang berisikan hasil penelitian, analisis dan pembahasan yang telah diuraikan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab penutup dalam bagian ini disajikan kesimpulan hasil-hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran bagi peneliti pada topik dimasa yang akan datang.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh bauran pemasaran jasa (7P) terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. *Product* (X_1) terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan medis, inovasi layanan, desain fasilitas, kesesuaian layanan, serta nilai manfaat layanan memiliki peranan penting dalam membentuk kepuasan pasien.
- b. *Price* (X_2) terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru. Persepsi pasien terhadap kewajaran biaya layanan, kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan, serta fleksibilitas sistem pembayaran menjadi faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pasien.
- c. *Place* (X_3) terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan akses layanan, efisiensi alur pelayanan, serta tata kelola pelayanan internal rumah sakit berperan dalam membentuk pengalaman dan kepuasan pasien.
- d. *Promotion* (X_4) terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru. Ketersediaan informasi

layanan yang jelas dan mudah diakses membantu pasien dalam memahami layanan rumah sakit sehingga memengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan.

- e. *People* (X_5) tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru. Meskipun sikap dan perilaku petugas dinilai cukup baik, aspek ini belum menjadi faktor pembeda utama dalam menentukan kepuasan pasien secara statistik.
- f. *Process* (X_6) terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru. Kejelasan prosedur pelayanan, konsistensi alur pelayanan, serta efisiensi waktu pelayanan menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan pasien.
- g. *Physical Evidence* (X_7) terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru. Kondisi fasilitas fisik, kenyamanan ruang pelayanan, serta kelengkapan sarana dan prasarana turut memengaruhi persepsi pasien terhadap kepuasan layanan.
- h. Secara simultan, seluruh variabel bauran pemasaran jasa (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*) terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien non-BPJS di RSUD Arifin Achmad Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien merupakan hasil dari keterpaduan berbagai elemen bauran pemasaran jasa yang diterapkan oleh rumah sakit.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak terkait sebagai berikut:

a. Bagi RSUD Arifin Achmad Pekanbaru

Pihak rumah sakit diharapkan untuk meningkatkan mutu layanan secara terpadu dengan memperbaiki kualitas layanan inti, efisiensi proses pelayanan, fasilitas fisik, serta sistem harga dan promosi agar kepuasan pasien non-BPJS dapat ditingkatkan.

b. Bagi Pasien Non-BPJS

Pasien non-BPJS diharapkan dapat memberikan umpan balik secara aktif kepada pihak rumah sakit terkait kualitas layanan yang diterima. Masukan dari pasien dapat menjadi bahan evaluasi bagi rumah sakit dalam meningkatkan mutu pelayanan, baik dari aspek pelayanan medis, fasilitas, maupun sistem pelayanan secara keseluruhan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pasien, seperti kualitas layanan medis spesialis, waktu tunggu pelayanan, manajemen antrian, atau faktor kepercayaan dan loyalitas pasien. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif atau mixed methods, agar memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kepuasan pasien pada layanan rumah sakit.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Islamiyah, S., & Wuisan, D. (2024). Marketing mix strategy and patient satisfaction in hospital services. *Journal of Health Service Management*, 9(1), 45–58.
- Amrulloh, A. F., Suprpto, S. I., & Peristiowati, Y. (2024). Implementation of 5P marketing strategy to improve non-BPJS patient loyalty at Surya Husada Primary Clinic. *Health Tech Journal*, 5(2), 112–120.
- Astuti, E., Sari, N., & Nugroho, D. (2023). Determinants of patient satisfaction in Indonesian hospitals: A comparative study of BPJS and non-BPJS patients. *Journal of Public Health Management*, 8(2), 101–112.
- Budiman, C., & Achmadi, H. (2023). The effect of marketing mix on patients' satisfaction and their impact on patient loyalty in hospital inpatients. *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*, 11(1), 22–34.
- Dinas Kesehatan Provinsi Riau. (2024). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKJIP) Tahun 2024*. Pekanbaru: Dinas Kesehatan Provinsi Riau.
- Fitri, A. N. L., Rahmawati, T., & Suryadi, H. (2025). The influence of marketing mix on patient satisfaction in the inpatient ward of Graha Husada Hospital. *Journal of Economics and Entrepreneurship*, 5(1), 77–88.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (10th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsari, R., Kusumawati, A., & Suwarsi, S. (2023). Service quality and patient satisfaction in Indonesian hospitals. *Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan*, 26(2), 95–104.
- Hidayat, R., & Sari, N. (2023). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat jalan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kesehatan*, 6(2), 89–98.
- Irdan, I., & Nursalam, N. (2024). The effect of brand image and medical quality on intention of re-visit with word of mouth as a mediating variable among patients. *International Journal of Nursing and Health Services*, 7(2), 112–120.
- Kamalin, F., Mamesah, M., Wijaya, H., & Setiawan, L. (2024). The impact of marketing mix towards the loyalty of (non-JKN) outpatient at Adi Husada Kapasari Hospital Surabaya. *Journal of Health Management Research*, 3(2).

- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (Kemenpan-RB). (2023). *Laporan Hasil Survei Indeks Kepuasan Masyarakat Tahun 2023*. Jakarta: Kemenpan-RB.
- Khairatun Nisa N. Prinanti, Hidayah, A., & Rahmad, T. (2024). Marketing mix and service quality in increasing return-treatment decisions through patient satisfaction and patient trust. *International Journal of Social Science, Humanities and Management Research*, 3(1), 54–64.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Livia Zebua. (2024). The impact of marketing mix and patient experience on public patient loyalty in hospitals: Satisfaction as an intervening variable. *Asia Pacific Journal of Health Management*, 19(1), 45–60. <https://doi.org/10.24083/apjhm.v19i1.2267>
- Loveloch, C. H., & Wirtz, J. (2016). *Services marketing: People, technology, strategy* (8th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2022). *Manajemen pemasaran jasa* (4th ed.). Salemba Empat.
- Marpaung, T., Hidayat, A., & Yuliani, D. (2022). Patient perception and marketing mix in hospital service quality. *Journal of Service Science*, 7(3), 88–99.
- Mumang, S., Rahman, N., & Wahyudi, I. (2024). Effect of marketing mix on patient satisfaction and loyalty in Indonesian hospitals. *Asian Health Management Journal*, 11(1), 33–42.
- Octaviana, D., Putri, A. R., & Wijaya, H. (2023). Pengaruh efisiensi alur pelayanan terhadap kepuasan pasien rumah sakit. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 18(3), 210–219.
- Prinanti, D., Rahman, A., & Yuliana, S. (2024). Proses pelayanan dan kepuasan pasien pada rumah sakit rujukan provinsi. *Jurnal Pelayanan Kesehatan Nasional*, 9(1), 15–27.
- Putra, I. M., & Lestari, P. (2023). *Physical evidence* dan kepuasan pasien rumah sakit umum daerah. *Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan*, 7(2), 60–71.
- Putri, N. A., Rahmawati, S., & Kurniawan, T. (2024). Kualitas produk jasa kesehatan dan kepuasan pasien. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Kesehatan*, 10(1), 34–44.
- RSUD Arifin Achmad Provinsi Riau. (2021). *Hasil Survei Kepuasan Masyarakat Tahun 2021*. Pekanbaru: RSUD Arifin Achmad.

- RSUD Arifin Achmad Provinsi Riau. (2022). *Survei Kepuasan Masyarakat Tahun 2022*. Pekanbaru: RSUD Arifin Achmad.
- RSUD Arifin Achmad Provinsi Riau. (2023). *Laporan SKM RSUD Arifin Achmad Tahun 2023*. Pekanbaru: RSUD Arifin Achmad.
- RSUD Arifin Achmad Provinsi Riau. (2024). *Hasil Survei Kepuasan Masyarakat Tahun 2024*. Pekanbaru: RSUD Arifin Achmad.
- Salim, M., & Mulyeni, S. (2024). Strategi pemasaran rumah sakit swasta non-BPJS untuk meningkatkan pendapatan dan daya saing di industri layanan kesehatan. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, 2(2), 510.
- Siregar, A., Nasution, H., & Lubis, M. (2024). Kemudahan akses layanan dan kepuasan pasien rumah sakit pemerintah. *Jurnal Administrasi Publik dan Kesehatan*, 5(1), 1–12.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarta, H., Rahmadani, L., & Utami, P. (2023). Analysis of hospital service elements and public satisfaction in Riau Province. *Regional Health Services Journal*, 4(2), 67–78.
- Syukriansyah, R., & Kesumahati, R. D. (2024). Pengaruh promosi layanan kesehatan terhadap kepuasan pasien. *Jurnal Komunikasi Pemasaran Kesehatan*, 4(1), 25–36.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Van de Wetering, R. (2021). Patient satisfaction and quality improvement in health services: A global perspective. *Health Care Management Science*, 24(4), 727–739.
- Yusron, A., Rohmah, N., & Ningsih, R. (2025). The influence of marketing mix (7P) on patient satisfaction in hospitals: A literature review. *Mulawarman International Conference on Tropical Public Health (MICTOPH)*, 1(1).
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Zebua, Y. (2024). Pengaruh efisiensi proses pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat jalan. *Jurnal Riset Kesehatan Pelayanan*, 6(2), 88–97.