

**FAKTOR KEPUASAN PEMANFAATAN PELAYANAN IMUNISASI  
BERDASARKAN TEORI BAURAN PEMASARAN  
DI RUMAH SAKIT BAPTIS KEDIRI**

**SATISFACTION FACTORS IN UTILIZING OF IMMUNISATION SERVICE  
BASED ON MARKETING MIX THEORY IN KEDIRI BAPTIST HOSPITAL**

**Firdaos Eko Budi Cahyono**  
**Dewi Ika Sari H.P.**  
**STIKES RS. Baptis Kediri**  
**(stikesbaptisjurnal@gmail.com)**

**ABSTRAK**

Pertumbuhan Rumah Sakit memacu peningkatan persaingan antar Rumah Sakit salah satunya dalam pelayanan imunisasi. Tujuan penelitian mengidentifikasi kepuasan orang tua (teori bauran pemasaran) terhadap pelayanan imunisasi. Desain penelitian adalah Deskriptif. Populasi yaitu orang tua bayi usia 0-12 bulan yang menggunakan pelayanan imunisasi di Rumah Sakit Baptis Kediri. Sampel sebanyak 96 responden diambil dengan *Consecutive Sampling*. Variabel penelitian ini adalah kepuasan masyarakat terhadap pelayanan jasa imunisasi anak di Rumah Sakit yang meliputi *Product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *process* (proses), dan *people* (orang). Data diambil dengan kuesioner. Hasil penelitian faktor *Product* 79% puas, faktor *Price* 75% puas, faktor *Place* 88% puas, faktor *Promotion* hanya 52% puas, faktor *People* 80% sangat puas, dan faktor *Process* 78% sangat puas. Disimpulkan secara umum semua faktor pemasaran telah memenuhi kepuasan pasien.

**Kata kunci : Kepuasan, Orang tua, Bauran pemasaran, Jasa pelayanan imunisasi.**

**ABSTRACT**

Growth of hospital race the make of emulation between hospital one of them in service immunize. The objective is identify the parent according to the (theory of the marketing mix) to use of immunization service. The study design was descriptive. The population was parent satisfication of children aged 0-12 months to use of immunization service at Kediri Baptist Hospital. The samples were 96 respondents using consecutive sampling. The variables of this study is people's satisfaction with child immunization services at the hospital include product, price, place, promotion, process, and people. The data was collected using questionnaire. The results of factor of Product 79% satisfied, factor of Price 75% satisfied , factor of Place 88% satisfied, factor of Promotion only 52% satisfied, factor of People 80% very satisfied, and factor of Process 78% very satisfied. Concluded in general all marketing factor have fulfilled satisfaction of patient.

**Keywords: Satisfaction, Old fellow Marketing mix, Immunization services.**

## Pendahuluan

Bayi merupakan makhluk yang rentan terhadap penyakit. Penyakit yang sering terjadi pada bayi seperti ISPA (batuk, pilek), demam (panas yang tinggi). Dalam hal ini motivasi orang tua sangat dibutuhkan untuk mencegah bayi atau bayi terserang penyakit tersebut. Salah satu yang dapat dilakukan orang tua adalah dengan memberikan kekebalan atau antibodi kepada bayi dengan cara imunisasi. Imunisasi merupakan suatu cara untuk meningkatkan kekebalan seseorang secara aktif terhadap suatu antigen, sehingga bila kelak ia terpajan antigen serupa tidak terjadi penyakit. Imunisasi berasal dari kata "*immune*" artinya kebal. Imunisasi berarti mengebalkan, memberi kekebalan pasif (diberi antibodi) yang sudah jadi seperti Hepatitis B *imunoglobulin* pada bayi yang lahir dari ibu dengan hepatitis B (Sunarti, 2012). Imunisasi bertujuan untuk memberikan kekebalan terhadap tubuh bayi. Caranya adalah dengan pemberian vaksin. Vaksin ini berasal dari bibit penyakit tertentu yang dapat menimbulkan penyakit, tetapi penyakit ini terlebih dahulu dilemahkan atau dimatikan sehingga tidak berbahaya lagi bagi kelangsungan hidup manusia. Kita selaku orang tua tidak perlu khawatir imunisasinya akan berlebihan. Justru semakin banyak, si kecil akan semakin aman (Sujono dan Intarti, 2012).

Pada tahun 2008, jumlah Rumah Sakit di Indonesia mencapai 1.320 Rumah Sakit (Depkes, 2009). Dari total 1.320 Rumah Sakit ini, 657 diantaranya adalah milik swasta dengan rata-rata pertumbuhan Rumah Sakit per tahun sekitar 1,14% sedangkan terdapat 53 Rumah Sakit dan balai pengobatan yang tersebar di wilayah Kota Kediri dan sekitarnya. Berdasarkan data yang di ambil dari *medical Record* Rumah Sakit Baptis Kediri dalam 3 bulan terakhir dari bulan Agustus 2012 sampai dengan Oktober 2012 adalah 456 pasien yang menggunakan jasa pelayanan Imunisasi Rawat Jalan Rumah Sakit Baptis Kediri. Peneliti menggunakan observasi dan wawancara untuk penelitian awal pada

tanggal 17 Oktober 2012 terhadap 15 orang tua tentang faktor-faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi orang tua bayi usia 0-12 bulan untuk menggunakan jasa pelayanan imunisasi di Rumah Sakit Baptis Kediri. Hasil wawancara yang dilakukan pada waktu pra penelitian didapatkan ketidakpuasan terhadap prosedur 20% dan ketidakpuasan terhadap tempat pelayanan 33%. Berdasarkan penelitian Titisari (2013) tentang kepatuhan Imunisasi di Rumah Sakit Baptis Kediri didapatkan data yang tidak patuh 24,2%.

Peningkatan jumlah Rumah Sakit yang tersebar di seluruh Indonesia baik Rumah Sakit milik swasta maupun milik pemerintah ini menyebabkan meningkatnya persaingan para pelaku usaha Rumah Sakit untuk memperebutkan pelanggan. Pelanggan adalah aset yang sangat berharga bagi organisasi dan pelanggan adalah elemen yang paling menentukan keberlangsungan suatu bisnis. Gatner, yang menyatakan bahwa biaya dalam mencari pelanggan baru beberapa kali lebih mahal dibandingkan dengan mempertahankan pelanggan lama (Putri, 2010).

Pemilihan tempat imunisasi dapat didasarkan oleh beberapa faktor bauran pemasaran seperti *product* (produk) yaitu suatu variabel jenis pelayanan yang disediakan atau dilayani atau disajikan Rumah Sakit, *price* (harga) yaitu suatu variabel tarif yang murah atau mahal, dan hubungannya dengan keterjangkauan membayar dari pasien, *place* (tempat) yaitu suatu variabel tempat, lokasi dimana Rumah Sakit berada kemudian dijangkau, dan kedekatan dengan pasien, *promotion* (promosi) yaitu suatu variabel promosi yang berkaitan dengan informasi menarik minat dan mendorong penggunaan yang tepat, *process* (proses) merupakan system organisasi adalah elemen yang tidak terlihat tetapi mendukung bisnis jasa tersebut, dan *people* (orang) yaitu suatu variabel karyawan mulai dari resepsionis, dapur menentukan mutu dan kenyamanan, Pelayanan yang tepat dan cepat dapat memenuhi tuntutan kebutuhan orang tua untuk menggunakan jasa pelayanan yang

diberikan. Perawat sangat diperlukan, dimana dengan pelayanan yang dilakukan perawat dalam melakukan imunisasi dapat menarik minat orang tua bayi untuk menggunakan jasa dari pelayanan perawat tersebut.

## Metode Penelitian

Desain penelitian dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan (memaparkan) peristiwa-peristiwa penting yang terjadi pada masa kini (Nursalam, 2011). Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan proporsi atau rerata suatu variabel (Dahlan, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang tua bayi usia 0-12 bulan yang menggunakan jasa pelayanan imunisasi di Rumah Sakit Baptis Kediri. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 96 orang. Pada penelitian ini sampel yang diambil yaitu semua orang tua bayi usia 0-12 bulan yang menggunakan jasa pelayanan imunisasi di Rumah Sakit Baptis Kediri. Pada saat penelitian yang dilakukan pada tanggal 4 Mei 2013 sampai 4 Juni 2013, jumlah populasi yang dapat diteliti oleh peneliti berjumlah 96 orang. Pada penelitian ini pengambilan besar Subjek penelitian ditentukan dengan *consecutive sampling*. *consecutive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan cara mengambil subjek penelitian dengan memilih yang memenuhi kriteria penelitian dalam kurun waktu tertentu sehingga jumlah sampel terpenuhi (Nursalam, 2011). Pada penelitian ini semua variabel yang diteliti merupakan variabel bebas meliputi, kepuasan orang tua bayi terhadap pelayanan jasa imunisasi bayi di Rumah Sakit yang meliputi *Product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *process* (proses), dan *people* (orang). Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa lembar kuesioner yaitu peneliti mengumpulkan data secara formal kepada subyek untuk menjawab

pertanyaan secara tertulis (Nursalam, 2003). Waktu penelitian dimulai tanggal 4 Mei sampai 4 Juni 2013 dengan tempat penelitian yaitu di Ruang Imunisasi Rumah Sakit Baptis Kediri.

## Hasil Penelitian

### Data Umum

Data umum pada penelitian ini meliputi: jenis kelamin, umur, pendidikan, dan pekerjaan.

**Tabel 1** Karakteristik Jenis Kelamin Orang Tua Bayi di Rumah Sakit Baptis Kediri pada Mei-Juni 2013

| Jenis Kelamin | F         | %          |
|---------------|-----------|------------|
| Laki-laki     | 42        | 44         |
| Perempuan     | 54        | 56         |
| <b>Jumlah</b> | <b>96</b> | <b>100</b> |

Berdasarkan tabel 1 didapatkan bahwa orangtua yang mengantar bayi wanita lebih banyak dari pria walaupun tidak begitu besar selisihnya.

**Tabel 2** Karakteristik Pendidikan Orang Tua Bayi di Rumah Sakit Baptis Kediri pada Mei-Juni 2013

| Pendidikan     | F         | %          |
|----------------|-----------|------------|
| Tidak tamat SD | 1         | 1          |
| Tamat SD       | 3         | 3          |
| Tamat SMP      | 17        | 18         |
| Tamat SMA      | 23        | 24         |
| Tamat PT       | 52        | 54         |
| <b>Jumlah</b>  | <b>96</b> | <b>100</b> |

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan orang tua bayi berpendidikan tinggi.

**Tabel 3** Karakteristik Usia Orang Tua Bayi di Rumah Sakit Baptis Kediri pada Mei-Juni 2013

| Usia        | F  | %  |
|-------------|----|----|
| < 20 tahun  | 0  | 0  |
| 21-40 tahun | 90 | 94 |
| 41-60 tahun | 6  | 6  |
| > 60 tahun  | 0  | 0  |

|               |           |            |
|---------------|-----------|------------|
| <b>Jumlah</b> | <b>96</b> | <b>100</b> |
|---------------|-----------|------------|

Berdasarkan tabel 3 didapatkan data mayoritas usianya adalah 20-40 tahun, yang termasuk dalam dewasa muda, merupakan usia produktif.

**Tabel 4** Karakteristik Pekerjaan Orang Tua Bayi di Rumah Sakit Baptis Kediri pada Mei-Juni 2013

| <b>Pekerjaan</b> | <b>F</b>  | <b>%</b>   |
|------------------|-----------|------------|
| Tidak bekerja    | 10        | 11         |
| Wiraswasta       | 31        | 32         |
| Swasta           | 29        | 30         |
| Pegawai negeri   | 26        | 27         |
| <b>Jumlah</b>    | <b>96</b> | <b>100</b> |

Berdasarkan tabel 4 didapatkan paling banyak yaitu bekerja sebagai wiraswasta, hal ini menunjukkan pekerjaan wiraswasta banyak yang menggunakan jasa imunisasi.

#### Data Khusus

Data Khusus pada penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan orang tua bayi usia 0-12 bulan untuk menggunakan jasa pelayanan imunisasi di Rumah Sakit Baptis Kediri menurut teori bauran pemasaran *Product, Price, Place, Promotion, People, dan Process*.

**Tabel 5** Kepuasan Orang Tua Bayi berdasar *Product* Jasa Pelayanan Imunisasi di Rumah Sakit Baptis Kediri pada Mei-Juni 2013

| <b>Tingkat kepuasan</b> | <b>F</b>  | <b>%</b>   |
|-------------------------|-----------|------------|
| Tidak Puas              | 0         | 0          |
| Puas                    | 76        | 79         |
| Sangat puas             | 20        | 21         |
| <b>Jumlah</b>           | <b>96</b> | <b>100</b> |

Berdasarkan tabel 5 didapatkan orang tua bayi yang menggunakan jasa pelayanan imunisasi menurut Bauran Pemasaran *Product* di Rumah Sakit Baptis Kediri sebagian besar adalah puas, hal ini

menunjukkan produk yang ditawarkan sesuai harapan orang tua bayi .

**Tabel 6** Kepuasan Orang Tua Bayi berdasar *Price* Jasa Pelayanan Imunisasi di Rumah Sakit Baptis Kediri pada Mei-Juni 2013

| <b>Tingkat Kepuasan</b> | <b>F</b>  | <b>%</b>   |
|-------------------------|-----------|------------|
| Tidak Puas              | 0         | 0          |
| Puas                    | 72        | 75         |
| Sangat puas             | 24        | 25         |
| <b>Jumlah</b>           | <b>96</b> | <b>100</b> |

Berdasarkan tabel 6 didapatkan bahwa dari 96 responden yang menggunakan jasa pelayanan imunisasi Menurut Bauran Pemasaran *Price* di Rumah Sakit Baptis Kediri sebagian besar adalah Puas, hal ini menunjukkan harga yang dibayar sesuai dengan jasa yang didapat.

**Tabel 7** Kepuasan Orang Tua Bayi berdasar *Place* Jasa Pelayanan Imunisasi di Rumah Sakit Baptis Kediri pada Mei-Juni 2013

| <b>Tingkat Kepuasan</b> | <b>F</b>  | <b>%</b>   |
|-------------------------|-----------|------------|
| Tidak Puas              | 2         | 2          |
| Puas                    | 84        | 88         |
| Sangat Puas             | 10        | 10         |
| <b>Jumlah</b>           | <b>96</b> | <b>100</b> |

Berdasarkan tabel 7 didapatkan bahwa dari 96 responden yang menggunakan jasa pelayanan imunisasi Menurut Bauran Pemasaran *Place* di Rumah Sakit Baptis Kediri sebagian besar adalah puas, hal ini menunjukkan tempat pelayanan imunisasi yang bersih dan nyaman sesuai harapan orang tua.

**Tabel 8** Kepuasan Orang Tua Bayi berdasar *Promotion* Jasa Pelayanan Imunisasi di Rumah Sakit Baptis Kediri pada Mei-Juni 2013

| <b>Tingkat Kepuasan</b> | <b>F</b>  | <b>%</b>   |
|-------------------------|-----------|------------|
| Tidak Puas              | 0         | 0          |
| Puas                    | 50        | 52         |
| Sangat Puas             | 46        | 48         |
| <b>Jumlah</b>           | <b>96</b> | <b>100</b> |

Berdasarkan tabel 8 didapatkan bahwa dari 96 responden yang menggunakan jasa pelayanan imunisasi Menurut Bauran Pemasaran *Promotion* di Rumah Sakit Baptis Kediri lebih dari 50% adalah puas, hal ini menunjukkan penyampaian promosi dapat diterima dengan baik oleh orang tua bayi .

**Tabel 9** Kepuasan Orang Tua Bayi berdasar *People* Jasa Pelayanan Imunisasi di Rumah Sakit Baptis Kediri pada Mei-Juni 2013

| Tingkat Kepuasan | F         | %          |
|------------------|-----------|------------|
| Tidak Puas       | 0         | 0          |
| Puas             | 19        | 20         |
| Sangat Puas      | 77        | 80         |
| <b>Jumlah</b>    | <b>96</b> | <b>100</b> |

Berdasarkan tabel 9 didapatkan bahwa dari 96 responden yang menggunakan jasa pelayanan imunisasi Menurut Bauran Pemasaran *People* di Rumah Sakit Baptis Kediri sebagian besar adalah sangat puas, hal ini menunjukkan pelayanan yang cepat dan tepat oleh petugas imunisasi sesuai dengan harapan orang tua bayi .

**Tabel 10** Kepuasan Orang Tua Bayi berdasar *Process* Jasa Pelayanan Imunisasi di Rumah Sakit Baptis Kediri pada Mei-Juni 2013

| Tingkat kepuasan | F         | %          |
|------------------|-----------|------------|
| Tidak Puas       | 0         | 0          |
| Puas             | 21        | 32.1       |
| Sangat Puas      | 75        | 67.9       |
| <b>Jumlah</b>    | <b>96</b> | <b>100</b> |

Berdasarkan tabel 10 didapatkan bahwa dari 96 responden yang menggunakan jasa pelayanan imunisasi Menurut Bauran Pemasaran *Process* di Rumah Sakit Baptis Kediri sebagian besar adalah sangat puas, hal ini menunjukkan proses imunisasi yang mudah dan cepat mempengaruhi kepuasan orang tua bayi untuk menggunakan jasa pelayanan imunisasi.

## Pembahasan

### Faktor *Product* yang Mempengaruhi Kepuasan Orang Tua Bayi untuk Menggunakan Jasa Pelayanan Imunisasi.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa dari 96 responden di ruang Imunisasi Rumah Sakit Baptis Kediri didapatkan data 76 responden (79%) puas terhadap bauran *Product* dan 20 responden (21%) sangat puas dengan bauran *Product*. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa sebagian besar orang tua bayi usia 0-12 bulan merasa puas dengan faktor bauran pemasaran *Product* yang di tawarkan di Rumah Sakit Baptis Kediri.

Kepuasan menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah puas, merasa senang, perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan baik laki-laki ataupun wanita dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa (Putri, 2010). Kepuasan terhadap produk atau jasa pada laki-laki cenderung lebih tinggi di bandingkan pada wanita, dikarenakan laki laki cenderung tidak memilih-milih pada produk atau jasa yang diberikan dibandingkan wanita yang lebih suka memilih sebuah produk atau jasa yang sesuai dengan keinginan dan harapan. Dari hasil penelitian didapatkan pada jenis kelamin laki-laki didapat kepuasan pada produk didapatkan 30% sangat puas terhadap produk jasa di Rumah Sakit Baptis Kediri. Pada kelompok jenis kelamin laki-laki cenderung tidak memilih milih produk jasa yang ditawarkan, mereka akan cenderung puas terhadap produk jasa apa saja yang ditawarkan karena menurut mereka produk imunisasi di Rumah Sakit manapun sama. Hal ini berbeda pada jenis kelamin perempuan yang lebih memilih dan membandingkan produk atau jasa yang diterima. Hasil yang didapat kepuasan perempuan lebih rendah dari laki-laki yaitu 13%. Mereka akan cenderung lebih

memilih atau membandingkan produk imunisasi yang di sediakan di Rumah Sakit dengan produk yang ditawarkan di Rumah Sakit lain.

Kepuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh pekerjaan orang tua bayi, Menurut Gail Wiscarz dan Stuart, pekerjaan seseorang berpengaruh terhadap pembelian terhadap produk atau jasa (Tjiptono, 2004). Hasil penelitian didapatkan orang tua bayi yang menjawab sangat puas pada produk adalah orang tua yang tidak bekerja yaitu 30%. Orang tua yang tidak bekerja mereka akan merasa puas terhadap produk imunisasi apa saja yang ditawarkan di Rumah Sakit, karena minimnya pengetahuan mereka terhadap produk imunisasi. Hal inilah yang menyebabkan pada pelanggan yang tidak bekerja akan cenderung menjawab puas terhadap pemasaran produk.

Kepuasan orang tua terhadap produk ditentukan oleh persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya (Irawan, 2004). Pelanggan akan puas apabila pelanggan mempunyai persepsi bahwa harapannya terpenuhi. Hasil penelitian didapat kepuasan orang tua bayi terhadap produk yaitu sangat puas dengan 76 responden (79%), sangat puas dengan 20 responden (21%) dan tidak puas dengan 0 responden (0%). Kepuasan yang diterima oleh orang tua bayi usia 0-12 bulan yang menggunakan jasa imunisasi karena produk yang ditawarkan di Rumah Sakit Baptis Kediri sudah lengkap dan sesuai kebutuhan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari kelengkapan vaksin yang disediakan, peralatan yang digunakan untuk melakukan prosedur tindakan imunisasi seperti spuit, vaksin yang sudah tersedia disaat perawat akan melakukan prosedur tindakan imunisasi serta pemberian obat injeksi dengan prinsip secara steril. Pada orang tua bayi tidak ada yang merasa tidak puas dengan produk imunisasi, dari fakta ini dapat dinilai bahwa produk yang ada di Rumah Sakit Baptis Kediri dapat memenuhi harapan orang tua.

*Product* adalah jenis pelayanan yang diberikan harus dilihat dari kacamata konsumen, artinya apa yang dapat

diberikan untuk meningkatkan rasa puas seorang konsumen (Rowland 2004). Hasil penelitian didapatkan sebagian besar responden puas terhadap bauran pemasaran produk yaitu 72 responden (75%). Produk jasa yang ditawarkan di Rumah Sakit di rasa oleh orang tua bayi sudah sesuai dengan harapan orang tua, sehingga mereka merasa terpuaskan dengan produk yang diberikan. Orang tua menilai kepuasan terhadap produk jasa yang ada di Rumah Sakit dilihat dari kelengkapan vaksin yang tersedia di Rumah Sakit, dan pelayanan penunjang yang mendukung pelayanan imunisasi yang tepat dan cepat. Menurut Depkes (2009) nomor 129 tentang Standart Pelayanan Minimal yaitu  $\geq 70\%$ . Rumah Sakit Baptis Kediri dalam memberikan pelayanan tentang faktor *Product* telah memenuhi Standart Pelayanan Minimal.

### **Faktor *Price* yang Mempengaruhi Kepuasan Orang Tua Bayi untuk Menggunakan Jasa Pelayanan Imunisasi.**

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa dari 96 responden di ruang Imunisasi Rumah Sakit Baptis Kediri didapatkan data 72 responden (75%) puas terhadap bauran harga dan 24 responden (25%) sangat puas dengan bauran harga. Hasil yang didapat dapat disimpulkan bahwa sebagian besar orang tua bayi usia 0-12 bulan merasa puas dengan faktor bauran pemasaran *Price* yang di tawarkan di Rumah Sakit Baptis Kediri.

Menurut Oliver mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya, sehingga harga yang dikeluarkan sesuai dengan harapannya (Supranoto, 2012). Hasil penelitian yang dilakukan didapatkan kepuasan orang tua bayi terhadap harga pelayanan imunisasi yaitu puas. Harga yang ditawarkan pada pelayanan imunisasi sudah sesuai dengan harapan orang tua bayi, yang dapat membandingkan kinerja

atau hasil yang dirasakan dengan harapan yang diinginkan orang tua bayi .

Persepsi pelanggan (orang tua bayi usia 0-12 bulan) tentang *price* adalah penilaian pasien (orang tua bayi usia 0-12 bulan) tentang tarif atau biaya yang harus dikeluarkan oleh pasien untuk mendapatkan pelayanan yang meliputi tingkat harga, kesesuaian harga dan cara pembayaran (Richard, 2004). Komponen harga sangat menentukan kepuasan orang tua dimana harga merupakan biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan sebuah jasa. Harga merupakan faktor bauran pemasaran yang sangat diperhitungkan, sehingga semakin murah harga yang ditawarkan akan semakin banyak orang yang berminat untuk menggunakan jasa tersebut. Tingkat harga dilihat dari pandangan konsumen dapat dilihat dari jenis produk yang ditawarkan, kesesuaian harga dengan jasa yang diterima, dan cara pembayaran yang digunakan.

*Price* terkait dengan variabel tarif yang murah atau mahal, dan hubungannya dengan keterjangkauan membayar dari pasien (Sabarguna, 2006). Hasil penelitian didapatkan responden menjawab puas dengan harga yang ditawarkan di Rumah Sakit. Hal ini tidak lepas dari keterjangkauan harga pelayanan imunisasi yang diberikan di Rumah Sakit. Tarif harga yang diberikan di Rumah Sakit dirasakan oleh orang tua bayi sudah sesuai dengan pelayanan yang orang tua bayi dapatkan saat imunisasi.

*Price* tidak hanya berupa tarif untuk satu jenis pemeriksaan atau tindakan, tetapi keseluruhan biaya yang harus dikeluarkan pasien untuk mendapat pelayanan di Rumah Sakit (Rowland, 2004). Hasil penelitian didapatkan kepuasan orang tua terhadap harga yang dikeluarkan orang tua untuk mendapatkan pelayanan imunisasi. Harga yang dikeluarkan orang tua bayi secara keseluruhan dapat dirasakan oleh orang tua sendiri. Pelayanan yang baik sesuai dengan harga yang dibayarkan oleh orang tua sehingga kesesuaian harga yang dikeluarkan orang tua bayi dengan pelayanan imunisasi yang didapat dirasa sudah sesuai sehingga sebagian besar

responden menjawab puas pada bauran pemasaran harga. Menurut Depkes (2009) nomor 129 tentang Standart Pelayanan Minimal yaitu  $\geq 70\%$ . Rumah Sakit Baptis Kediri dalam memberikan pelayanan tentang faktor *Price* telah memenuhi Standart Pelayanan Minimal.

### **Faktor *Place* yang Mempengaruhi Kepuasan Orang Tua Bayi untuk Menggunakan Jasa Pelayanan Imunisasi.**

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa dari 96 responden di ruang Imunisasi Rumah Sakit Baptis Kediri didapatkan data 2 responden (2%) tidak Puas dengan bauran pemasaran *Place*, 84 responden (88%) puas dengan bauran pemasaran *place*, dan 10 responden (10%) sangat puas dengan bauran pemasaran *Place*. Hasil yang didapat sebagian besar orang tua bayi usia 0-12 bulan merasa puas dengan faktor bauran pemasaran *Place* yang di tawarkan di Rumah Sakit Baptis Kediri. Bauran *place* terdapat kesenjangan dimana terdapat 2 responden (2%) orang tua bayi usia 0-12 bulan yang menggunakan jasa pelayanan imunisasi di Rumah Sakit Baptis Kediri tidak puas dengan bauran pemasaran *Place* yang ditawarkan di Rumah Sakit. Ketidakpuasan orang tua terhadap tempat pelayanan dapat dipengaruhi karena kondisi ruangan yang panas, sehingga orang tua merasa tidak nyaman saat menunggu pelayanan imunisasi. Hal ini dikarenakan saat melakukan penelitian ada perbaikan AC oleh petugas bengkel pada ruang tunggu pelayanan imunisasi, yang menyebabkan ruangan tidak nyaman.

Pekerjaan orang tua juga dapat mempengaruhi kepuasan orang tua terhadap tempat pelayanan jasa. Junaidi berpendapat bahwa seseorang akan membandingkan sebuah tempat baru yang mereka datangi dengan tempat yang biasa mereka gunakan untuk bekerja (Supranoto, 2012). Pekerjaan orang tua yang paling banyak menjawab sangat puas adalah orang tua bayi yang tidak bekerja yaitu 20%. Tempat pelayanan imunisasi sudah

tersedia tempat bermain bahkan ruang tunggu yang nyaman. Hal ini yang menyebabkan orang tua bayi puas terhadap tempat pelayanan imunisasi. Berbeda pula pada pekerjaan orang tua yang bekerja sebagai pegawai negeri, tingkat kepuasan terhadap bauran tempat adalah paling sedikit yaitu 4%. Hal ini disebabkan pada orang tua bayi yang memiliki pekerjaan pegawai negeri akan memperhatikan sekitar tempat pelayanan dan dapat menilai apakah tempat imunisasi yang di gunakan layak unyuk imunisasi bayi nya.

*Place* merupakan suatu variabel tempat, lokasi dimana Rumah Sakit berada kemudian dijangkau, dan kedekatan dengan pasien (Sabarguna, 2006). Hasil penelitian menunjukkan kepuasan orang tua terhadap bauran pemasaran tempat adalah puas. Hal ini disebabkan karena lokasi yang mudah ditemukan oleh orang tua sehingga orang tua tidak perlu kebingungan untuk mencari. Pada pelayanan imunisasi orang tua yang akan mengimunisasikan bayi nya akan diarahkan menuju tempat imunisasi sehingga mereka tidak antri untuk daftar pada loket pendaftaran.

Persepsi pasien tentang *place* adalah penilaian pasien tentang kenyamanan atau kemudahan untuk memperoleh pelayanan yang meliputi lokasi, kemudahan akses atau transportasi, fasilitas atau sarana di tempat pelayanan, kebersihan tempat pelayanan. Kenyamanan sebuah tempat pemberian jasa dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (orang tua bayi usia 0-12 bulan) yaitu disaat pelanggan merasa nyaman pada tempat atau lokasi sehingga dapat menimbulkan rasa kesenangan yang membuat pelanggan tersebut mau datang kembali. Lokasi pelayanan jasa juga mempengaruhi kepuasan seseorang, dimana semakin sulit dan jauh lokasi pelayanan, maka semakin kecil keinginan seseorang untuk datang sebaliknya semakin mudah dan dekat lokasi pelayanan berada keinginan pelanggan untuk datang akan semakin besar. Lokasi yang mudah dijangkau akan membuat pelanggan tidak akan kesulitan dalam mencari lokasi Rumah Sakit Baptis Kediri. Kebersihan

tempat pelayanan dapat berpengaruh juga terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelanggan akan cenderung menyukai tempat tempat yang bersih karena merasa nyaman dan tidak terganggu dengan tempat atau ruangan yang kotor. Kebersihan tempat pelayanan harus diperhatikan, karna persepsi seorang pelanggan "Tempat yang bersih adalah tempat yang sehat" dimana tempat yang bersih cenderung dapat menarik pelanggan lebih banyak dari pada tempat yang kurang bersih. Tempat pelayanan juga harus ditunjang dengan tersedianya fasilitas penunjang lainnya yang memudahkan pelanggan dalam menggunakannya. Fasilitas yang di sediakan di Rumah Sakit Baptis Kediri juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti tempat bermain bayi yang ada di ruang tunggu imunisasi, sehingga dapat mengurangi adanya stress yang dialami bayi ketika mereka akan di imunisasi. Menurut Depkes (2009) nomor 129 tentang Standart Pelayanan Minimal yaitu  $\geq 70\%$ . Rumah Sakit Baptis Kediri dalam memberikan pelayanan tentang faktor *Place* telah memenuhi Standart Pelayanan Minimal.

### **Faktor *Promotion* yang Mempengaruhi Kepuasan Orang Tua Bayi untuk Menggunakan Jasa Pelayanan Imunisasi.**

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa dari 96 responden di ruang Imunisasi Rumah Sakit Baptis Kediri didapatkan data 50 responden (52%) puas terhadap bauran pemasaran *promotion*, dan 46 responden (48%) sangat puas dengan bauran pemasaran *promotion*. Hasil yang didapat sebagian besar orang tua bayi usia 0-12 bulan merasa puas dengan faktor bauran pemasaran *promotion* yang di tawarkan di Rumah Sakit Baptis Kediri.

Kepuasan terhadap promosi dapat dilihat dari tingkat pendidikan seseorang. Fajana, mengatakan Promosi lebih mudah disampaikan pada seseorang yang berpendidikan, semakin tinggi pendidikan seseorang semakin mudah penyampaian



informasi dan semakin rendah tingkat pendidikan semakin sulit menerima informasi (Irawan, 2004). Hasil penelitian didapatkan pendidikan orang tua yang tidak tamat SD yang menjawab sangat puas terhadap promosi pada pelayanan imunisasi yaitu 100%. Orang tua tidak menerima prosi atau informasi dengan baik sehingga mereka menjawab sesuai apa yang orang tua bayi lihat dan dapatkan saat imunisasi. Hal ini di buktikan juga dengan hasil penelitian pada orang tua bayi yang tamatan PT yang tingkat kepuasannya paling rendah yaitu 40%, karena pada tingkat pendidikan PT pada orang tua bayi, mereka dapat menerima informasi dengan baik dan dapat menilai kepuasan mereka terhadap promosi atau informasi yang disampaikan pada pelayanan imunisasi.

Promosi merupakan proses mengkomunikasikan variabel bauran pemasaran yang sangat penting dilaksbyai an oleh Rumah Sakit dalam memasarkan produk (Rowland, 2004). Pengkomunikasian dapat dijalankan oleh perawat bahkan pelanggan yaitu orang tua bayi yang merasa puas terhadap pelayanan imunisasi di Rumah Sakit Baptis Kediri. Kepuasan orang tua Terhadap jasa imunisasi sangat berpengaruh, karena orang tua bayi bisa sebagai alat promosi untuk pemasaran dimanan orang tua bayi akan memberitahu orang tua bayi yang lain untuk melakukan imunisasi dimana ia merasa puas dengan pelayana yang diberikan. Sehingga responden (orang tua bayi usia 0-12 bulan) bepengaruh besar terhadap promosi selain petugas imunisasi di Rumah Sakit. Menurut Depkes (2009) nomor 129 tentang Standart Pelayanan Minimal yaitu  $\geq 70\%$ . Rumah Sakit Baptis Kediri dalam memberikan pelayanan tentang faktor *Promotion* beum memenuhi Standart Pelayanan Minimal.

### **Faktor *People* yang Mempengaruhi Kepuasan Orang Tua Bayi untuk Menggunakan Jasa Pelayanan Imunisasi.**

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa dari 96 responden di ruang Imunisasi Rumah Sakit Baptis Kediri didapatkan data 19 responden (20%) puas terhadap bauran *People*, dan 77 responden (80%) sangat puas dengan bauran pemasaran *People*. Hasil yang didapat sebagian besar orang tua bayi usia 0-12 bulan merasa sangat puas dengan faktor bauran pemasaran *People* yang di tawarkan di Rumah Sakit Baptis Kediri.

*People*, orang adalah elemen esensial yang penting dalam produksi dan penyelenggaraan pelayanan yang dapat menjadi nilai tambah dan lebih kompetitif (Rowland, 2004). Petugas imunisasi merupakan bauran jasa yang paling berpengaruh terhadap pelayanan imunisasi. Orang tua bayi akan memandang kepuasan mereka terutama pada petugas pelaksana imunisasi sehingga petugas imunisasi harus ramah dan sopan dalam pelayanannya. Orang tua akan puas terhadap pemasaran *People* apabila penampilan perawat imunisasi dirasa rapi dan bersih saat bertugas juga keterampilan saat melakukan imunisasi.

*People* atau orang (perawat) adalah elemen yang sangat menentukan sebuah produk jasa. Jasa sebagian besar diberikan oleh orang, sehingga seleksi pelatihan, dan motivasi dapat membuat perbedaan besar dalam kepuasan pelanggan (Sabarguna, 2006). Petugas imunisasi harus ramah dan sopan karena kepercayaan orang tua terhadap perawat dilihat dari sudut pandang orang tua adalah bagaimana perawat mampu menjelaskan dan menyampaikan informasi yang tepat dan mudah dimengerti pelanggan, dalam pelayanannya perawat juga harus sopan dan ramah, juga keterampilan perawat dan kecekatan dalam pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (orang tua) terhadap jasa yang diberikan. Menurut Depkes (2009) nomor 129 tentang Standart Pelayanan Minimal yaitu  $\geq 70\%$ . Rumah Sakit Baptis Kediri dalam memberikan

pelayanan tentang faktor *People* telah memenuhi Standart Pelayanan Minimal.

### **Faktor *Process* yang Mempengaruhi Kepuasan Orang Tua Bayi untuk Menggunakan Jasa Pelayanan Imunisasi.**

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa dari 96 responden di ruang Imunisasi Rumah Sakit Baptis Kediri didapat data 21 responden (22%) puas terhadap bauran *Process*, dan 75 responden (78%) sangat puas terhadap bauran pemasaran *Process*. Hasil yang didapat sebagian besar orang tua bayi usia 0-12 bulan merasa puas dengan faktor bauran pemasaran *Process* yang di tawarkan di Rumah Sakit Baptis Kediri.

Proses atau alur pelayanan jasa (imunisasi) adalah penilaian pasien tentang kemudahan alur pelayanan yaitu dimulai saat pasien pertama kali datang mulai pendaftaran sampai selesai pelayanan, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena semakin cepat dan mudah alur pelayanan akan menarik kepuasan pelanggan untuk datang kembali menggunakan jasa (Sabarguna, 2006). Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kerja petugas pelayanan jasa (imunisasi), yaitu ketepatan dan kecepatan dalam proses iminisasi. Pelanggan akan cenderung memilih kinerja perawat yang cepat dan tepat untuk menangani keluhan dari pelanggan dan ketepatan itulah yang mempengaruhi seseorang untuk mau menggunakan jasa tersebut.

*Process* adalah semua prosedur, mekanisme rutin dimana pelayanan diselenggarakan bagi pelanggan yang mudah dan cepat (Rowland, 2004). Proses imunisasi di Rumah Sakit Baptis Kediri sudah dirasa baik oleh orang tua. Hal itu ditunjukkan dengan hasil penelitian yaitu 78% responden menjawab puas dengan proses pelayanan di Rumah Sakit. Proses pelayanan dipengaruhi oleh kemudahan alur imunisasi dalam sebuah pelayanan. Di Rumah Sakit Baptis Kediri alur yang diberikan sangat mudah, dimana orang tua dapat secara langsung ke tempat pelayanan

imunisasi setelah dari loket pendaftaran tanpa harus antri. Kemudian dalam pemberian pelayanan imunisasi cepat dan tepat sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama untuk satu kali imunisasi. Setelah imunisasipun mereka dapat langsung melakukan proses administrasi secara cepat tanpa harus menunggu lama. Alur yang mudah dan cepat inilah yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga mereka dapat melakukan tugas yang lain selain mengantarkan bayinya untuk imunisasi dan mempunyai banyak waktu untuk melakukan aktivitas lain. Menurut Depkes (2009) nomor 129 tentang Standart Pelayanan Minimal yaitu  $\geq 70\%$ . Rumah Sakit Baptis Kediri dalam memberikan pelayanan tentang faktor *Process* telah memenuhi Standart Pelayanan Minimal.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada 96 responden tanggal 4 Mei sampai dengan 4 Juni 2013 di Rumah Sakit Baptis Kediri didapat faktor *Product* 79% puas, faktor *Price* 75% puas, faktor *Place* 88% puas, faktor *Promotion* hanya 52% puas, faktor *People* 80% sangat puas, dan faktor *Process* 78% sangat puas. Disimpulkan secara umum semua faktor Bauran Pemasaran dalam pelayanan imunisasi di Rumah Sakit Baptis Kediri telah memenuhi kepuasan pelanggan dengan dibuktikan dari 96 responden 99,7% mengalami kepuasan baik dalam kategori puas maupun sangat puas dan memenuhi standart Pelayanan Minimal Rumah Sakit yang di tetapkan oleh Pemerintah kecuali Faktor promosi. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Rumah Sakit Baptis Kediri sudah sangat baik.

### **Saran**

Rumah Sakit perlu mempertahankan pelayanan imunsasi dengan terus

memberikan pelayanan yang prima dan inovasi – inovasi baru. Peningkatan pelayanan prima dapat dilakukan dengan cara mengadakan pelatihan – pelatihan secara kontinyu kepada semua karyawan dalam memberikan pelayanan imunisasi. Rumah sakit perlu mengembangkan paket imunisasi diluar paket imunisasi dasar, dengan segmentasi pada kelas menengah keatas seperti Imunisasi Hepatitis, imunisasi influenza dan yang lain. Promosi yang dilakukan masih belum memenuhi kepuasan pasien sehingga rumah sakit perlu mengembangkan promosi pelayanan imunisasi melalui pemberian informasi tentang paket pelayanan imunisasi kepada masyarakat. Hal yang bisa dilakukan brosur khusus untuk pelayanan imunisasi serta pemberian panduan lengkap imunisasi kepada setiap pasien yang lahir di rumah sakit.

#### Daftar Pustaka

- Dahlan, Sopiudin (2010) *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Elex Kompetindo
- Depkes, (2009). *Standar Pelayanan Minimal Rumah Sakit*. [www/http:standar pelayanan Rumah Sakit.com](http://standar.pelayananRumahSakit.com). Tanggal 28 oktober 2012 jam 8 pm
- Irawan, (2004). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset
- Richard, Lovelock (2004). *Service Marketing. Second Edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Nursalam, (2003) *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian*. Jakarta: Salemba Medika
- Nursalam, (2011) *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian*. Jakarta: Salemba Medika
- Putri, Rinella (2010). *Konsep Pelanggan*. Yogyakarta: Gosien publishing
- Rowland, David (2004). *Marketing Managemen*. New Jersey: Pretice hall
- Sabarguna, B.S, (2006). *Pengambilan Keputusan pemasaran Rumah Sakit*. Yogyakarta: Konsorsium Rumah Sakit Islam Jateng
- Sujono dan Intarti, (2012). *Tumbang*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sunarti, (2012). *Pro Kontra Imunisasi*. Yogyakarta: Hanggar Kreator
- Supranoto (2012) Kumpulan Teori kepuasan. [www/http: wordprest.com/201203/06](http://www.wordprest.com/201203/06) Teori Kepuasan masyarakat 16 Juni 201, jam 7 pm
- Titisari (2013). Hubungan Sikap Ibu dengan Kepatuhan Jadwal Imunisasi Dasar Anak di Rumah Sakit Baptis Kediri. Skripsi STIKES RS. Baptis Kediri. Tidak Dipublikasikan
- Tjiptono, Fandi, (2004). *Menejemen Jasa Pelayanan*. Yogyakarta: Andi