

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

Rumah Sakit Stella Maris berdiri di kota Makassar yang diresmikan pada tanggal 22 September 1939. Selama kurang lebih 80 tahun melayani masyarakat, RS. Stella Maris Makassar selalu berinovasi dan berkembang baik dari peralatan dan pelayanan. Keterbukaan dalam mengikuti perkembangan rumah sakit, menjadi rumah sakit modern dan berkomitmen meningkatkan kualitas pelayanan secara menyeluruh dan terus menerus menjadikan Rumah Sakit Stella Maris yang beralamatkan di Jalan Somba Opu No. 273 Makassar, masih menjadi pilihan masyarakat di kota Makassar, Sulawesi Selatan dan Indonesia Timur.

2. Visi dan Misi

a. Visi

“Menjadi Rumah Sakit pilihan yang profesional dan terpercaya dengan memberikan pelayanan yang terbaik dalam semangat kasih”.

b. Misi

- 1) Memberikan pelayanan kesehatan yang bermutu dan holistik serta hormat pada martabat manusia.

- 2) Membentuk Sumber Daya Manusia yang berkualitas dan berbela rasa.
- 3) Membangun jejaring kerjasama dengan berbagai mitra strategis.
- 4) Berinovasi untuk efisiensi dan efektifitas pelayanan.

B. Hasil Penelitian

Pengumpulan data dilakukan di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar yang dimulai pada tanggal 13 Mei 2024 sampai dengan 14 Juni 2024. Hasil penelitian diperoleh melalui pengisian kuesioner pada pasien rawat jalan dengan metode pembayaran umum dengan besar sampel yang diteliti sebanyak 93 responden.

Selanjutnya pada bab ini akan diuraikan hasil penelitian sesuai dengan tujuan yaitu untuk mengetahui Pengaruh *Digital Marketing Hospital* Terhadap Pengalaman Pasien Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar. Hasil analisis data disajikan dalam bentuk tabel yang dilengkapi dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Analisis Karakteristik Umum Responden

Pada penelitian ini analisis univariat berdasarkan karakteristik pasien umum rawat jalan dengan metode pembayaran umum dan variabel yang diteliti. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Tabel 5.1
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pasien
Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

No.	Jenis Kelamin	n	%
1	Laki-laki	31	33,3
2	Perempuan	62	66,7
Total		93	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.1 menunjukkan bahwa jenis kelamin responden yang terbanyak di Rumah Sakit Stella Maris berjenis kelamin Perempuan sebanyak 62 responden (66,7%), sedangkan jenis kelamin Laki-laki sebanyak 31 responden (33,3%).

b. Umur Responden

Tabel 5.2
Distribusi Responden Berdasarkan Umur Pasien Di Rumah
Sakit Stella Maris Kota Makassar

No.	Umur	n	%
1	10 - 19 Tahun	7	7,6
2	20 - 44 Tahun	68	73,4
3	45 - 59 Tahun	13	14,2
4	60 tahun ke atas	5	5,5
Total		93	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.2 menunjukkan bahwa umur responden yang paling sedikit yaitu kelompok umur 60 tahun ke atas

dengan 5 orang (5,5%), kemudian kelompok umur yang paling banyak yaitu 20-44 tahun sebanyak 68 orang (73,4%).

c. Pendidikan Terakhir

Tabel 5.3
Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir
Pasien Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

No.	Pendidikan Terakhir	n	%
1	SD	2	2,2
2	SMP	4	4,3
3	SMA	50	53,8
4	Diploma	3	3,2
5	S1	33	35,5
6	S2	1	1,1
Total		93	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.3 menunjukkan bahwa pendidikan terakhir responden, yang paling sedikit dengan pendidikan terakhir S2 terdapat 1 orang (1,1%) dan yang terbanyak yakni pendidikan terakhir SMA sebanyak 50 orang (53,8%).

d. Pekerjaan

Tabel 5.4
Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan Pasien Di
Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

No.	Pekerjaan	n	%
1	IRT	10	10,8
2	Mahasiswa	15	16,1
3	Pegawai Swasta	14	15,1
4	PNS	12	12,9
5	Polisi	1	1,1
6	Wiraswasta	21	22,6
7	Tidak Bekerja	20	21,5
Total		93	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.4 menunjukkan bahwa pekerjaan responden yang paling sedikit yaitu bekerja sebagai polisi terdapat 1 orang (1,1%) dan yang terbanyak yaitu sebagai wiraswasta sebanyak 21 orang (22,6%).

e. Pendapatan

Tabel 5.5
Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Pasien Di
Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

No.	Pendapatan	n	%
1	≤Rp.3.400.000	52	55,9
2	>Rp. 3.400.000	41	44,1
Total		93	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.5 menunjukkan bahwa pendapatan responden yang memiliki pendapatan $\leq$ Rp. 3.400.000 sebanyak 52 orang (55,9%) sedangkan responden yang memiliki pendapatan $\geq$ Rp.3.400.000 sebanyak 41 orang (44,1%).

2. Variabel yang Diteliti

a. *Digital Goals dan Strategy*

Tabel 5.6
Distribusi Responden Berdasarkan *Digital Goals* dan *Strategy* Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

No.	<i>Digital Goals dan Strategy</i>	n	%
1	Kurang Optimal	10	10,8
2	Cukup Optimal	83	89,2
Total		93	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.6 diketahui yang memilih kategori *Digital Goals* dan *strategy* yang kurang optimal sebanyak 10 orang (10,8%) dikatakan kurang optimal apabila memperoleh nilai jawaban $<60\%$, sedangkan yang memilih kategori *Digital Marketing* dan *Strategy* yang cukup optimal sebanyak 83 orang (89,2%), dikatakan cukup optimal apabila memperoleh nilai jawaban $\geq 60\%$

b. Digital Audience

Tabel 5.7
Distribusi Responden Berdasarkan *Digital Audience* Di
Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

No.	<i>Digital Audience</i>	n	%
1	Kurang Optimal	5	5,4
2	Cukup Optimal	88	94,6
Total		93	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.7 diketahui yang memilih kategori *Digital Audience* yang kurang optimal sebanyak 5 orang (5,4%) dikatakan kurang optimal apabila memperoleh nilai jawaban $<60\%$, sedangkan yang memilih kategori *Digital Audience* yang cukup optimal sebanyak 88 orang (94,6%), dikatakan cukup optimal apabila memperoleh nilai jawaban $\geq 60\%$.

c. Digital Devices

Tabel 5.8
Distribusi Responden Berdasarkan *Digital Devices* Di
Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

No.	<i>Digital Devices</i>	n	%
1	Kurang Optimal	8	8,6
2	Cukup Optimal	85	91,4
Total		93	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.8 diketahui yang memilih kategori *Digital Devices* yang kurang optimal sebanyak 8 orang (8,6%) dikatakan kurang optimal apabila memperoleh nilai jawaban

<60%, sedangkan yang memilih kategori *Digital Devices* yang cukup optimal sebanyak 85 orang (91,4%), dikatakan cukup optimal apabila memperoleh nilai jawaban $\geq 60\%$.

d. *Digital Platforms*

Tabel 5.9
Distribusi Responden Berdasarkan *Digital Platforms* Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

No.	<i>Digital Platforms</i>	n	%
1	Kurang Optimal	8	8,6
2	Cukup Optimal	85	91,4
Total		93	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.9 diketahui yang memilih kategori *Digital Platforms* yang kurang optimal sebanyak 8 orang (8,6%) dikatakan kurang optimal apabila memperoleh nilai jawaban <60%, sedangkan yang memilih kategori *Digital Platforms* yang cukup optimal sebanyak 85 orang (91,4%), dikatakan cukup optimal apabila memperoleh nilai jawaban $\geq 60\%$.

e. *Digital Media*

Tabel 5.10
Distribusi Responden Berdasarkan *Digital Media* Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

No.	<i>Digital Media</i>	n	%
1	Kurang Optimal	15	16,1
2	Cukup Optimal	78	83,9
Total		93	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.10 diketahui yang memilih kategori *Digital Media* yang kurang optimal sebanyak 15 orang (16,1%) dikatakan kurang optimal apabila memperoleh nilai jawaban <60%, sedangkan yang memilih kategori *Digital Media* yang cukup optimal sebanyak 78 orang (83,9%), dikatakan cukup optimal apabila memperoleh nilai jawaban $\geq 60\%$.

f. *Digital Data*

Tabel 5.11
Distribusi Responden Berdasarkan *Digital Data* Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

No.	<i>Digital Data</i>	n	%
1	Kurang Optimal	13	14,0
2	Cukup Optimal	80	86,0
Total		93	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.11 diketahui yang memilih kategori *Digital Data* yang kurang optimal sebanyak 13 orang (14,0%) dikatakan kurang optimal apabila memperoleh nilai jawaban <60%, sedangkan yang memilih kategori *Digital Data* yang cukup optimal sebanyak 80 orang (86,0%), dikatakan cukup optimal apabila memperoleh nilai jawaban $\geq 60\%$.

g. *Digital Marketing Technology*

Tabel 5.12
Distribusi Responden Berdasarkan *Digital Marketing Technology* Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

No.	<i>Digital Marketing Technology</i>	n	%
1	Kurang Optimal	12	12,9
2	Cukup Optimal	81	87,1
Total		93	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.12 diketahui yang memilih kategori *Digital Marketing Technology* yang kurang optimal sebanyak 12 orang (12,9%) dikatakan kurang optimal apabila memperoleh nilai jawaban $<60\%$, sedangkan yang memilih kategori *Digital Marketing Technology* yang cukup optimal sebanyak 81 orang (87,1%), dikatakan cukup optimal apabila memperoleh nilai jawaban $\geq 60\%$.

h. Pengalaman Pasien (*Kognitif*)

Tabel 5.13
Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman Pasien (*Kognitif*) Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

No.	Pengalaman Pasien (<i>Kognitif</i>)	n	%
1	Kurang Baik	13	14,0
2	Cukup Baik	80	86,0
Total		93	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.13 diketahui yang memilih kategori Pengalaman Pasien (*Kognitif*) yang kurang baik sebanyak 13

orang (14,0%) dikatakan kurang baik apabila memperoleh nilai jawaban <60%, sedangkan yang memilih kategori Pengalaman Pasien (*Kognitif*) yang cukup baik sebanyak 80 orang (86,0%), dikatakan cukup baik apabila memperoleh nilai jawaban $\geq 60\%$.

i. Pengalaman Pasien (*Afektif*)

Tabel 5.14
Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman Pasien
(Afektif) Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

No.	Pengalaman Pasien (<i>Afektif</i>)	n	%
1	Kurang Baik	11	11,8
2	Cukup Baik	82	88,2
Total		93	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.14 diketahui yang memilih kategori Pengalaman Pasien (*Afektif*) yang kurang baik sebanyak 11 orang (11,8%) dikatakan kurang baik apabila memperoleh nilai jawaban <60%, sedangkan yang memilih kategori Pengalaman Pasien (*Afektif*) yang cukup baik sebanyak 82 orang (88,2%), dikatakan cukup baik apabila memperoleh nilai jawaban $\geq 60\%$.

j. Pengalaman Pasien (*Imersi*)

Tabel 5.15
Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman Pasien
(*Imersi*) Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

No.	Pengalaman Pasien (<i>Imersi</i>)	n	%
1	Kurang Baik	14	15,1
2	Cukup Baik	79	84,9
Total		93	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.15 diketahui yang memilih kategori Pengalaman Pasien (*Imersi*) yang kurang baik sebanyak 14 orang (15,1%) dikatakan kurang baik apabila memperoleh nilai jawaban $<60\%$, sedangkan yang memilih kategori Pengalaman Pasien (*Imersi*) yang cukup baik sebanyak 79 orang (84,9%), dikatakan cukup baik apabila memperoleh nilai jawaban $\geq 60\%$.

k. Pengalaman Pasien (*Arus*)

Tabel 5.16
Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman Pasien
(*Arus*) Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

No.	Pengalaman Pasien (<i>Arus</i>)	n	%
1	Kurang Baik	10	10,8
2	Cukup Baik	83	89,2
Total		93	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.16 diketahui yang memilih kategori Pengalaman Pasien (*Arus*) yang kurang baik sebanyak 10 orang (10,8%) dikatakan kurang baik apabila memperoleh nilai

jawaban <60%, sedangkan yang memilih kategori Pengalaman Pasien (*Arus*) yang cukup baik sebanyak 89 orang (89,2%), dikatakan cukup baik apabila memperoleh nilai jawaban $\geq 60\%$.

3. Analisis Bivariat

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *digital goals* dan *strategy*, *digital audience*, *digital devices*, *digital platforms*, *digital media*, *digital data*, dan *digital marketing technology* terhadap pengalaman pasien.

- a. Pengaruh *Digital Goals* dan *Strategy* Terhadap Pengalaman Pasien Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

Tabel 5. 17
Pengaruh Digital Goals dan Strategy Terhadap Pengalaman Pasien Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

<i>Digital Goals Dan Strategy</i>	Pengalaman pasien				Total		<i>ρ</i> Value	Uji Parsial
	Kurang Baik		Cukup Baik					
	n	%	n	%	n	%		
Kurang Optimal	2	2,2	8	8,6	10	10,8	0,065	0,002
Cukup Optimal	4	4,3	79	84,9	83	89,2		
Total	6	6.5	87	93.5	93	100		

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.17 didapatkan bahwa dari 10 orang (10,8%) yang menyatakan variabel *digital goals* dan *strategy* yang kurang optimal, sebanyak 2 orang (2,2%) yang menyatakan kurang baik dalam pengalaman pasien, dan 8 orang (8,6%) yang menyatakan cukup baik dalam pengalaman pasien. Selanjutnya dari 83 orang (89,2%) yang menyatakan variabel

digital goals dan *strategy* yang cukup optimal sebanyak 4 orang (4,3%) yang memilih kurang baik dalam pengalaman pasien dan 79 orang (84,9%) yang memilih cukup baik dalam pengalaman pasien.

Berdasarkan hasil uji statistik *chi-square* diperoleh nilai p-value = 0,065 sedangkan hasil uji parsial (Uji T) diperoleh nilai 0,002 ($p < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh *digital goals* dan *strategy* terhadap pengalaman pasien.

- b. Pengaruh *Digital Audience* Terhadap Pengalaman Pasien Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

Tabel 5.18
Pengaruh *Digital Audience* Terhadap Pengalaman Pasien Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

<i>Digital Audience</i>	Pengalaman Pasien				Total		ρ Value	Uji Parsial
	Kurang Baik		Cukup Baik					
	n	%	n	%	n	%		
Kurang Optimal	1	1,1	4	4,3	5	5,4	0,205	0,768
Cukup Optimal	5	5,4	83	89,2	88	94,6		
Total	6	6.5	87	93.5	93	100		

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.18 didapatkan bahwa dari 5 orang (5,4%) yang menyatakan variabel *digital audience* yang kurang optimal, 1 orang (1,1%) yang menyatakan kurang baik dalam pengalaman pasien, dan 4 orang (4,3%) yang menyatakan cukup baik dalam pengalaman pasien. Selanjutnya dari 88 orang

(94,6%) yang menyatakan variabel *digital audience* yang cukup optimal sebanyak 5 orang (5,4%) yang memilih kurang baik dalam pengalaman pasien dan 83 orang (89,2%) yang memilih cukup baik dalam pengalaman pasien.

Berdasarkan hasil uji statistik *chi-square* diperoleh nilai p-value = 0,205 sedangkan hasil uji parsial (Uji T) diperoleh nilai 0,768 ($p > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh *digital audience* terhadap pengalaman pasien.

c. Pengaruh *Digital Devices* Terhadap Pengalaman Pasien Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

Tabel 5.19
Pengaruh *Digital Devices* Terhadap Pengalaman Pasien Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

Digital Devices	Pengalaman Pasien				Total		ρ Value	Uji Parsial
	Kurang Baik		Cukup Baik					
	n	%	n	%	n	%		
Kurang Optimal	0	0	8	8,6	8	8,6	0,437	0,774
Cukup Optimal	6	6,5	79	84,9	85	91,4		
Total	6	6.5	87	93.5	93	100		

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.19 didapatkan bahwa dari 8 orang (8,6%) yang menyatakan variabel *digital devices* yang kurang optimal, tidak ada yang menyatakan kurang baik dalam pengalaman pasien, dan 8 orang (8,6%) yang menyatakan cukup baik dalam pengalaman pasien. Selanjutnya dari 85 orang

(91,4%) yang menyatakan variabel *digital devices* yang cukup optimal sebanyak 6 orang (6,5%) yang memilih kurang baik dalam pengalaman pasien dan 79 orang (84,9%) yang memilih cukup baik dalam pengalaman pasien.

Berdasarkan hasil uji statistik *chi-square* diperoleh nilai p-value = 0,437 sedangkan hasil uji parsial (Uji T) diperoleh nilai 0,774 ($p > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh *digital audience* terhadap pengalaman pasien.

d. Pengaruh *Digital Platforms* Terhadap Pengalaman Pasien Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

Tabel 5.20
Pengaruh Digital Platforms Terhadap Pengalaman Pasien Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

<i>Digital Platforms</i>	Pengalaman Pasien				Total		ρ Value	Uji Parsial
	Kurang Baik		Cukup Baik					
	n	%	n	%	n	%		
Kurang Optimal	1	1,1	7	7,5	8	8,6	0,466	0,894
Cukup Optimal	5	5,4	80	86	85	91,4		
Total	6	6.5	87	93.5	93	100		

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.20 didapatkan bahwa dari 8 orang (8,6%) yang menyatakan variabel *digital platforms* yang kurang optimal, 1 orang (1,1%) yang menyatakan kurang baik dalam pengalaman pasien, dan 7 orang (7,5%) yang menyatakan cukup baik dalam pengalaman pasien. Selanjutnya dari 85 orang

(91,4%) yang menyatakan variabel *digital platforms* yang cukup optimal sebanyak 5 orang (5,4%) yang memilih kurang baik dalam pengalaman pasien dan 80 orang (86%) yang memilih cukup baik dalam pengalaman pasien.

Berdasarkan hasil uji statistik *chi-square* diperoleh nilai p-value = 0,466 sedangkan hasil uji parsial (Uji T) diperoleh nilai 0,894 ($p > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh *digital platforms* terhadap pengalaman pasien.

e. Pengaruh *Digital Media* Terhadap Pengalaman Pasien Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

Tabel 5.21
Pengaruh *Digital Media* Terhadap Pengalaman Pasien Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

Digital Media	Pengalaman Pasien				Total		ρ Value	Uji Parsial
	Kurang Baik		Cukup Baik					
	n	%	n	%	n	%		
Kurang Optimal	2	2,2	13	14	15	16,1	0,236	0,516
Cukup Optimal	4	4,3	74	79,6	78	83,9		
Total	6	6.5	87	93.5	93	100		

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.21 didapatkan bahwa dari 15 orang (16,1%) yang menyatakan variabel *digital media* yang kurang optimal, 2 orang (2,2%) yang menyatakan kurang baik dalam pengalaman pasien, dan 13 orang (14%) yang menyatakan cukup baik dalam pengalaman pasien. Selanjutnya dari 78 orang

(83,9%) yang menyatakan variabel *digital media* yang cukup optimal sebanyak 4 orang (4,3%) yang memilih kurang baik dalam pengalaman pasien dan 74 orang (79,6%) yang memilih cukup baik dalam pengalaman pasien.

Berdasarkan hasil uji statistik *chi-square* diperoleh nilai p-value = 0, 236 sedangkan hasil uji parsial (Uji T) diperoleh nilai 0,516 ($p > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh *digital media* terhadap pengalaman pasien.

- f. Pengaruh *Digital Data* Terhadap Pengalaman Pasien Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

Tabel 5.22
Pengaruh *Digital Data* Terhadap Pengalaman Pasien Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

<i>Digital Data</i>	Pengalaman Pasien				Total		ρ Value	Uji Parsial
	Kurang Baik		Cukup Baik					
	n	%	n	%	n	%		
Kurang Optimal	3	3,2	10	10,8	13	14	0.009	0,001
Cukup Optimal	3	3.2	77	82,8	80	86		
Total	6	6.5	87	93,5	93	100		

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.22 didapatkan bahwa dari 13 orang (14%) yang menyatakan variabel *digital data* yang kurang optimal, 3 orang (3,2%) yang menyatakan kurang baik dalam pengalaman pasien, dan 10 orang (10,8%) yang menyatakan cukup baik dalam pengalaman pasien. Selanjutnya dari 80 orang

(86%) yang menyatakan variabel *digital data* yang cukup optimal 3 orang (3,2%) yang memilih kurang baik dalam pengalaman pasien dan 77 orang (82,8%) yang memilih cukup baik dalam pengalaman pasien.

Berdasarkan hasil uji statistik *chi-square* diperoleh nilai p-value = 0,009 sedangkan hasil uji parsial (Uji T) diperoleh nilai 0,001 ($p < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh *digital data* terhadap pengalaman pasien.

g. Pengaruh *Digital Marketing Technology* Terhadap Pengalaman Pasien Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

Tabel 5.23
Pengaruh *Digital Marketing Technology* Terhadap Pengalaman Pasien Di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

<i>Digital Marketing Technology</i>	Pengalaman Pasien				Total		ρ Value	Uji Parsial
	Kurang Baik		Cukup Baik					
	n	%	n	%	n	%		
Kurang Optimal	5	5,4	7	7,5	12	12,9	0,000	0,000
Cukup Optimal	1	1,1	80	86	81	87,1		
Total	6	6.5	87	93.5	93	100		

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 5.23 didapatkan bahwa dari 12 orang (12,9%) yang menyatakan variabel *digital marketing technology* yang kurang optimal, sebanyak 5 orang (5,4%) yang menyatakan kurang baik dalam pengalaman pasien, dan 7 orang (7,5%) yang menyatakan cukup baik dalam pengalaman pasien.

Selanjutnya dari 81 orang (87,1%) yang menyatakan variabel *digital marketing technology* yang cukup optimal 1 orang (1,1%) yang memilih kurang baik dalam pengalaman pasien dan 80 orang (86%) yang memilih cukup baik dalam pengalaman pasien.

Berdasarkan hasil uji statistik *chi-square* diperoleh nilai $p\text{-value} = 0,000$ sedangkan hasil uji parsial (Uji T) diperoleh nilai 0,000 ($p < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh *digital marketing technology* terhadap pengalaman pasien.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Karakteristik dengan Pengalaman Pasien

a. Umur

Umur atau usia adalah konsep yang penting dalam memahami sebuah karakteristik dan kebutuhan individu dalam berbagai konteks kehidupan. Memahami konsepnya dapat membuka wawasan kita tentang perbedaan yang ada pada setiap orang.

Berdasarkan hasil survei selama penelitian, ditemukan bahwa umur berpengaruh terhadap pengalaman pasien di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar. Peneliti banyak mendapatkan di usia 20 - 44 tahun, disebabkan karena sebagian besar responden adalah usia 20 tahunan adalah seorang anak muda yang mengerti teknologi serta usia muda

pada umumnya lebih agresif mencari informasi yang akhirnya dapat membuat mereka membandingkan pelayanan yang di dapat di rumah sakit lainnya.

Adapun penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Abdillah (2014) yang menunjukkan terdapat hubungan antara usia dengan kepuasan pasien yang berobat di Uniat Rawat Jalan Puskesmas Sindangkerta dengan $p\text{-value} = 0,0001$ dengan dasar bahwa pada kelompok umur produktif ini cenderung lebih banyak menuntut dan berharap banyak terhadap kemampuan pelayanan kesehatan dasar dan cenderung mengkritik.

b. Jenis Kelamin

Faktor jenis kelamin dan gender merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap pemanfaatan fasilitas pelayanan kesehatan karena dilihat dari segi tingkat kerentanan manusia yang bersumber dari jenis kelamin, menjadikan tingkat pemanfaatan fasilitas pelayanan kesehatan juga berbeda pada masing-masing jenis kelamin. Sebuah hasil penelitian mengungkapkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak memanfaatkan pelayanan kesehatan dibandingkan dengan responden yang berjenis kelamin laki-laki dikarenakan wanita lebih banyak memiliki waktu di rumah sebagai ibu rumah tangga dibandingkan dengan laki-laki yang harus bekerja diluar

rumah sebagai kepala keluarga, hal ini juga dilihat karena wanita memiliki tingkat kekhawatiran yang lebih besar dibandingkan laki-laki yang sedikit lebih tidak peduli sehingga wanita lebih memperhatikan kondisi kesehatan dengan pergi ke pelayanan kesehatan apabila sakit.

Berdasarkan hasil survei selama penelitian, ditemukan bahwa jenis kelamin berpengaruh terhadap pengalaman pasien di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar. Peneliti banyak mendapatkan perempuan yang berobat, perempuan lebih memperhatikan kenyamanan, layanan, komunikasi, hubungan jangka panjang, dan geografis. Perempuan lebih mudah menyampaikan keluhan dibanding dengan laki-laki. Sebagian besar responden perempuan merupakan ibu-ibu yang memiliki peran penting sebagai penentu keputusan dalam pelayanan kesehatan, tidak hanya bagi dirinya sendiri tetapi juga bagi keluarganya.

Adapun penelitian ini sejalan dengan penelitian (Hana, 2023) bahwa hasil yang dilakukan di RSUD Jampang Kulon responden berjenis kelamin perempuan (65,5%) ditemui lebih banyak, dikarenakan perempuan lebih peduli terhadap kesehatannya dibandingkan laki-laki. Survei yang dilakukan pada tahun 2019 menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak mengalami keluhan kesehatan dibandingkan laki-laki

dikarenakan perempuan lebih aktif mencari pengobatan, sehingga pengalamannya meningkat dalam berobat di faskes tersebut dan merasa puas terhadap layanan yang didapatkan.

c. Pendidikan

Pendidikan adalah sebuah proses yang membawa individu untuk terus berkembang dan memperluas wawasannya. Melalui pendidikan, seseorang dapat memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan nilai yang dibutuhkan untuk tumbuh secara optimal.

Berdasarkan hasil survey selama penelitian, ditemukan bahwa pendidikan berpengaruh terhadap pengalaman pasien di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar. Penulis banyak mendapatkan pasien dengan pendidikan terakhir tingkat SMA, namun tingkat pengalamannya terhadap rumah sakit tidak dapat digeneralisasi bahwa semakin tinggi pendidikan formal seseorang, semakin ia memiliki pola pikir rasional dan irasional seseorang dalam mengambil keputusan menggunakan atau memanfaatkan suatu pelayanan kesehatan.

Adapun penelitian ini sejalan dengan penelitian (Fadhilah dkk, 2020), bahwa hasil yang dilakukan di RS Bhinneka Bakti Husada pendidikan terakhir responden sebagian besar adalah tamat SMA/Sederajat dengan persentase sebesar 53%. Dapat disimpulkan bahwa tingkat harapan kepuasan responden

terbilang tinggi, sehingga pasien cenderung merasa pengalamannya baik dan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh petugas kesehatan.

d. Pekerjaan

Pekerjaan adalah aktivitas yang dilakukan oleh seseorang secara rutin dan teratur dengan tujuan memperoleh kompensasi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan ekonomi, sosial, maupun psikologis.

Berdasarkan hasil survei selama penelitian, ditemukan bahwa pekerjaan berpengaruh terhadap pengalaman pasien di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar. Peneliti banyak menemukan wiraswasta yang menjadi pasien di rumah sakit, pasien yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta memiliki persepsi yang berbeda terhadap pelayanan kesehatan dibandingkan dengan pasien dari latar belakang pekerjaan lainnya.

e. Pendapatan

Pendapatan adalah sejumlah uang yang diterima seseorang sebagai imbalan atas kontribusi mereka dalam pekerjaan. Pendapatan ini biasanya diterima dalam bentuk upah, gaji, sewa, laba, dan sebagainya.

Berdasarkan hasil survey selama penelitian, ditemukan bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap pengalaman

pasien di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar. Penulis banyak menemukan pendapatan yang kurang dari $\leq$ Rp 3.400.000; di rumah sakit. Pasien dengan pendapatan rendah tetap mendapatkan pengalaman yang baik karena opsi rumah sakit lain bisa saja terbatas atau karena mereka puas dengan layanan yang diberikan meskipun biaya yang terjangkau.

Adapun penelitian ini sejalan dengan penelitian (Rahmah, Nurbaiti dan Mudayana, 2023), bahwa hasil yang dilakukan di RSUD Nyi Ageng Serang Kulon Progo tingkat pendapatan yang paling banyak berkunjung dengan pendapatan $<$ Rp.2.000.000,- sebesar 71 (64,5%) responden. Menurutnya pendapatan tidak selalu menjadi penentu utama pengalaman pasien baik atau merasa puas di rumah sakit.

2. Pengaruh *Digital Goals dan Strategy* terhadap Pengalaman Pasien di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

Digital goals dan *strategy* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengalaman pasien dalam tujuannya untuk meningkatkan jumlah pelanggan. *Digital goals* dan *strategy* digunakan oleh suatu perusahaan dengan menggunakan teknologi digital untuk mencapai tujuan. Rumah Sakit diharapkan mampu memberikan pelayanan kesehatan yang bermutu kepada masyarakat. Sehingga perlu dilakukan tata kelola yang baik dan benar sesuai dengan aturan yang berlaku (Amrin et al., 2020).

Menurut (Fadlila, Sutantri, 2024), dalam era transformasi bisnis digital, peran, fungsi, dan strategi yang terlibat dalam meningkatkan efisiensi operasional, inovasi produk, dan pengalaman pelanggan menjadi semakin penting bagi kesuksesan suatu organisasi. Dari penggunaan teknologi digital untuk otomatisasi proses operasional hingga inovasi produk dan layanan yang didorong oleh data, serta personalisasi pengalaman pelanggan melalui analisis mendalam, bisnis digital telah membawa dampak yang signifikan bagi dunia bisnis. Dengan memanfaatkan teknologi digital secara efektif, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka, mengurangi biaya, dan meningkatkan kualitas produk dan layanan yang mereka tawarkan kepada pelanggan. Selain itu, dengan fokus pada pengalaman pelanggan yang unggul, perusahaan dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas merek, dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan. Penelitian ini sejalan juga dengan hasil penelitian (Abdylah, 2024) yang memanfaatkan strategi promosi produk atau layanan dengan memanfaatkan teknologi digital, termasuk internet, media social, email, dan aplikasi mobile.

Berdasarkan hasil penelitian dinyatakan bahwa ada pengaruh digital goals dan strategy terhadap pengalaman pasien, banyak pasien umum rawat jalan memilih setuju. pasien mengatakan

bahwa tujuan dan strategi digital di rumah sakit stella maris sudah berjalan optimal. Sedangkan hasil observasi peneliti, penerapan *digital goals dan strategy* di rumah sakit stella maris kota makassar dapat dikatakan berjalan dengan optimal dan cukup optimal dalam pengalaman pasiennya karena rumah sakit telah memanfaatkan teknologi digital secara efektif seperti menggunakan media social dan website.

Berlandaskan hasil penelitian dan teori yang mendukung serta hasil penelitian sebelumnya, peneliti berkesimpulan bahwa transformasi bisnis digital ini adalah adopsi teknologi digital bukanlah sekadar kebutuhan, tetapi merupakan keharusan bagi organisasi yang ingin tetap relevan dan berdaya saing di pasar yang terus berkembang. Dengan terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan, perusahaan dapat memanfaatkan potensi penuh dari bisnis digital untuk mencapai kesuksesan jangka panjang.

3. Pengaruh *Digital Audience* terhadap Pengalaman Pasien di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

Digital audience mengacu untuk memahami suatu karakteristik, perilaku, dan preferensi *audiens* online yang diringkas sebagai peran sosial untuk menyampaikan konten dan pengalaman yang lebih relevan ke segmen sasaran yang berbeda dan bertujuan

untuk meningkatkan interaksi dan memenuhi tujuan bisnis dalam pasar online yang kompetitif.

Menurut (Abdylah, 2024), implementasi digital marketing dalam pelayanan kesehatan rumah sakit membuka peluang besar untuk mencapai *audiens* secara efisien melalui konsep dasar yang mencakup internet, media sosial, aplikasi mobile, dan email. Keberhasilan terletak pada strategi dan taktik yang efektif, seperti pemahaman mendalam terhadap target audience, tujuan kampanye yang SMART, dan penggunaan berbagai platform. Dalam pengaruhnya terhadap persepsi dan preferensi pasien, *digital marketing* membantu meningkatkan kepercayaan dengan menyajikan informasi yang jelas dan relevan, serta menciptakan kesan personal melalui interaksi langsung. Peran penting juga dimainkan oleh media sosial dan website rumah sakit dalam membentuk persepsi terhadap kredibilitas, sementara *review online* berkontribusi pada pembentukan preferensi pasien. Meskipun dihadapkan pada tantangan seperti memerlukan strategi matang, konten menarik, dan konsistensi pelayanan, pemahaman yang mendalam terhadap konsep dan implementasi *digital marketing* memungkinkan rumah sakit memanfaatkan potensi untuk meningkatkan kualitas pelayanan Kesehatan. Penelitian ini sejalan juga dengan hasil penelitian (Aguslindawati et al., 2022) yang menyatakan semakin baik pengalaman pasien dalam

menggunakan pelayanan digital akan meningkatkan kepuasannya dan peningkatan pengalaman digital pasien, diiringi baiknya kualitas pelayanan Kesehatan meningkatkan kepuasan secara tidak signifikan.

Berdasarkan hasil penelitian dinyatakan bahwa tidak ada pengaruh *digital audience* terhadap pengalaman pasien, banyak pasien yang memilih tidak setuju. Pasien mengatakan bahwa *digital audience* di Rumah Sakit Stella Maris tidak mempengaruhi pengalaman langsung pasien yang sedang menjalani perawatan serta tidak mengubah interaksi langsung pasien dengan tenaga medis. Sedangkan hasil observasi peneliti, penerapan *digital audience* di Rumah Sakit Stella Maris bahwa pasien ataupun masyarakat telah menggunakan layanan digitalisasi seperti melihat jadwal dokter atau mengakses informasi kesehatan. Namun, kebanyakan Masyarakat lebih memilih untuk datang langsung ke rumah sakit dikarenakan mereka merasa lebih nyaman saat berinteraksi dengan tenaga medis.

Berlandaskan hasil penelitian dan teori yang mendukung serta hasil penelitian sebelumnya, peneliti berkesimpulan bahwa implementasi *digital marketing* dalam konteks pelayanan Kesehatan rumah sakit adalah mencapai audiens yang lebih luas secara efisien dan efektif serta membuat mereka merasakan

kelebihan dari penggunaan pelayanan digitalisasi seperti memudahkan Masyarakat dalam pencarian informasi.

4. Pengaruh *Digital Devices* terhadap Pengalaman Pasien di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

Digital devices merujuk kepada perangkat-perangkat elektronik yang menggunakan teknologi digital untuk berbagai tujuan, seperti komunikasi, konten hiburan, atau produktivitas, seperti smartphone, tablet, laptop, dll.

Menurut (Budiyatno et al., 2022) dalam penelitiannya, transformasi digital mampu memberikan dampak perbaikan dalam hal efisiensi biaya dan pendisiplinan alur proses di Rumah Sakit Siloam Palangka Raya. Status pandemi COVID-19 menjadi salah satu faktor yang memungkinkan percepatan implementasi teknologi digital dalam berbagai bidang pelayanan. Meskipun demikian, adopsi implementasi teknologi digital di Rumah Sakit Siloam Palangka Raya masih belum menunjukkan angka yang memuaskan. Hal ini terkait dengan perbedaan latar belakang pemahaman baik pihak internal maupun pihak eksternal terhadap pemanfaatan teknologi. Implementasi transformasi digital menunjukkan resistansi dari beberapa pihak pada awalnya, namun dalam perjalanannya mampu menunjukkan peningkatan jumlah kunjungan.

Berdasarkan hasil penelitian dinyatakan bahwa tidak ada pengaruh *digital device* terhadap pengalaman pasien, banyak pasien umum rawat jalan memilih kurang setuju. Pasien mengatakan bahwa perangkat digital di Rumah Sakit Stella Maris perlu diperhatikan karena masih beberapa pasien sulit mendaftar online melalui ponsel pintar. Sedangkan hasil observasi peneliti, penerapan *digital devices* di Rumah Sakit Stella Maris bahwa ada beberapa pasien belum terlalu memahami pemanfaatan teknologi dikarenakan faktor usia, beberapa pasien masih kebingungan dalam penggunaan handphone ataupun laptop dalam mengakses platform rumah sakit terutama pasien dengan kelompok umur lansia.

Berlandaskan hasil penelitian dan teori yang mendukung serta hasil penelitian sebelumnya, peneliti berkesimpulan bahwa transformasi digital dapat dijadikan sebagai bagian dari strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah kunjungan pasien ke rumah sakit dan peningkatan pengalaman pasien.

5. Pengaruh *Digital Platforms* terhadap Pengalaman Pasien di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

Digital platforms merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengalaman pasien melalui komunikasi dan interaksi di suatu tempat seperti website dan social media.

Menurut (Naurah et al., 2024), penggunaan platform online selain memiliki dampak positif bagi masyarakat dimana lebih mempermudah masyarakat dalam mendiagnosis penyakitnya, ada pula dampak negatif dari platform online. Permasalahan atau dampak negatif dari aplikasi layanan kesehatan diantaranya potensi permasalahan terkait legalitas izin profesi, sertifikasi, dan transaksi terapeutik serta permasalahan terkait asuransi, kerahasiaan rekam medis pasien. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (G. Radu et al., 2017) yang menyatakan bahwa perlunya metode digital dalam mempromosikan layanan perawatan medis untuk mengembangkan bisnis. Penelitian ini juga menunjukkan peran penting situs jejaring social dalam melakukan promosi. Respon yang tinggi ini mungkin disebabkan oleh promosi layanan yang ditargetkan. Hampir semua pasien baru mengisi formulir akan tetap menjadi pasien di klinik ini pada masa yang akan datang.

Berdasarkan hasil penelitian dinyatakan bahwa tidak ada pengaruh *digital platforms* terhadap pengalaman pasien, banyak pasien umum rawat jalan memilih kurang setuju. Pasien mengatakan bahwa *digital platform* di Rumah Sakit Stella Maris kurang mengetahui dalam membuka laman media social dan website rumah sakit. Sedangkan hasil observasi peneliti, penerapan *digital platforms* di rumah sakit stella maris kota

makassar telah memanfaatkan jejaring social media dengan baik dalam melakukan promosi terkait rumah sakit dan edukasi Kesehatan.

Berlandaskan hasil penelitian dan teori yang mendukung serta hasil penelitian sebelumnya, peneliti berkesimpulan bahwa penggunaan platforms, mulai dari website resmi rumah sakit, social media, aplikasi mobile Kesehatan, hingga *email marketing* bukan sekedar wadah informasi, tetapi menjadi kanal untuk menyampaikan detail layanan, fasilitas, dan bahkan berita serta kegiatan terkini di rumah sakit.

6. Pengaruh *Digital Media* terhadap Pengalaman Pasien di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

Digital media merujuk kepada konten atau informasi yang disebarkan melalui platform digital, seperti internet. Hal ini memerlukan konten yang relevan, informatif, dan membangun hubungan emosional dengan pasien agar meningkatkan pengalaman pasien.

Menurut (Merrynda & Andriani, 2023) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa adanya penggunaan media sosial dalam rumah sakit sangat efektif untuk pemasaran produk di rumah sakit. Melalui media sosial yang sangat berkembang di era digitalisasasi saat ini menawarkan banyak peluang untuk rumah sakit terhubung dengan pasien sebagai konsumen di rumah sakit dan dapat

menjadi pilihan untuk bersaing dengan fasilitas kesehatan lainnya dalam pemasaran dan promosi. Media sosial yang ada dapat menciptakan brand image untuk konsumen rumah sakit dan sangat efektif terhadap waktu, biaya dan tempat. Penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian (Agustina et al., 2022) yang menyatakan bahwa digital marketing berbasis social media tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pasien rawat jalan untuk berkunjung di RSUD Waluyo Jati.

Berdasarkan hasil penelitian dinyatakan bahwa tidak ada pengaruh *digital media* terhadap pengalaman pasien, banyak pasien umum rawat jalan memilih kurang setuju. Pasien mengatakan bahwa *digital media* di Rumah Sakit Stella Maris masih perlu diperhatikan, baik berupa konten atau promosinya, sehingga pasien kurang mampu merasakan kepuasan dalam pengalamannya. Sedangkan hasil observasi peneliti, penerapan *digital media* di rumah sakit stella maris kota makassar telah konsisten dalam menggunakan media social dalam pemasaran rumah sakit hanya saja pihak rumah sakit perlu mempromosikan kembali layanan digitalisasinya kepada Masyarakat.

Berlandaskan hasil penelitian dan teori yang mendukung serta hasil penelitian sebelumnya, peneliti berkesimpulan bahwa perlu adanya dukungan dari pihak manajemen rumah sakit untuk terus konsisten menggunakan media sosial dalam pemasaran

rumah sakit dan terus aktif untuk membuat konten edukasi dalam media sosial rumah sakit yang ada sebagai daya tarik untuk konsumen.

7. Pengaruh *Digital Data* terhadap Pengalaman Pasien di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

Digital data merupakan data yang yang dikumpulkan dari interaksi pengguna melalui digital yang bersifat privasi serta dilindungi dan merupakan identitas pelanggan atau pasien. Informasi seperti riwayat medis, diagnosis, perawatan, dan informasi identifikasi pribadi dapat terdapat dalam catatan medis elektronik. Kehilangan atau pelanggaran data dapat mengancam privasi pasien, yang merupakan hak fundamental dalam perawatan Kesehatan.

Menurut (Naurah et al., 2024) dalam penelitiannya, perlindungan hukum terhadap pasien dalam konteks layanan kesehatan digital merupakan hal yang penting untuk dipertimbangkan dan diperkuat, guna menjaga kepercayaan masyarakat serta memastikan pelayanan kesehatan yang aman dan berkualitas. Penelitian ini sejalan juga dengan hasil penelitian (Sutabri et al., 2023) yang menyatakan bahwa keterlibatan teknologi dalam mengoptimalkan proses pelayanan, manajemen informasi, dan pengambilan keputusan dapat memberikan dampak yang signifikan pada efisiensi dan efektivitas puskesmas.

Berdasarkan hasil penelitian dinyatakan bahwa ada pengaruh *digital data* terhadap pengalaman pasien, banyak pasien umum rawat jalan memilih setuju. Pasien mengatakan bahwa digital data di Rumah Sakit Stella Maris telah dianggap menjaga dan melindungi data pasien, sehingga pasien mendapatkan pengalaman yang baik dan merasa puas. Sedangkan hasil observasi peneliti, penerapan *digital data* di rumah sakit stella maris bahwa pihak rumah sakit melindungi data pasien dengan aman dan baik karena hal ini dapat menjaga kepercayaan pasien terhadap rumah sakit.

Berlandaskan hasil penelitian dan teori yang mendukung serta hasil penelitian sebelumnya, peneliti berkesimpulan bahwa *digital data* sangat penting dalam penerapan *digital marketing hospital*, jika perlindungan dan keamanannya baik maka pasien akan nyaman dan aman dalam menggunakan layanan di rumah sakit tersebut.

8. Pengaruh *Digital Marketing Technology* terhadap Pengalaman Pasien di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar

Digital marketing technology merupakan suatu pemilihan teknologi pemasaran yang digunakan untuk menciptakan pengalaman interaktif termasuk situs web dan aplikasi seluler, selain itu digunakan juga untuk mendukung perencanaan, pelaksanaan, optimasi, wawasan, dan pelaporan untuk digital

kegiatan saluran pemasaran yang membentuk pemasaran, hal ini dapat dilakukan agar pasien meningkatkan pengalamannya.

Penelitian yang menggabungkan temuan dari (Miranda et al, 2023; Rochmiati et.al, 2021) menyebutkan enam faktor yang memengaruhi keputusan pasien dalam memilih rumah sakit, seperti lokasi, kebersihan, kedekatan dengan tenaga medis, pelayanan, fasilitas, dan pengalaman orang lain. Dalam konteks ini, kualitas website juga menjadi faktor penting yang berpengaruh positif terhadap keputusan pasien. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas website, seperti yang dijelaskan oleh (Boon, 2019), memiliki dampak positif signifikan terhadap keputusan pasien untuk rawat inap atau rawat jalan di rumah sakit.

Menurut (Darmawijaya et al., 2023) dalam penelitiannya, kualitas *website* mencakup kemudahan akses dan navigasi, kepercayaan terhadap informasi, serta kemampuan website dalam memberikan pengalaman pengguna yang baik. Kualitas website bukan hanya faktor penting selama interaksi online, tetapi juga berpengaruh pada interaksi setelah layanan diberikan. Kualitas *website* yang baik diharapkan dapat meningkatkan hubungan antara dokter dan pasien, meningkatkan komunikasi, dan memperbaiki pengambilan keputusan pasien. Selain itu, kualitas website juga memengaruhi efektivitas promosi rumah sakit. Menurut penelitian (Fatkurrohman, 2023) kualitas website yang

baik dapat berkontribusi positif terhadap proses keputusan pasien dalam memilih rumah sakit, memperkuat peran website sebagai media informasi dan promosi.

Berdasarkan hasil penelitian dinyatakan bahwa ada pengaruh *digital marketing technology* terhadap pengalaman pasien, banyak pasien umum rawat jalan memilih setuju. Pasien mengatakan bahwa *digital marketing technology* di Rumah Sakit Stella Maris selalu memperbarui promosi layanan kesehatannya, sehingga pasien merasa pengalamannya meningkat di rumah sakit tersebut. Sedangkan hasil observasi peneliti, penerapan *digital marketing technology* di Rumah Sakit Stella Maris kualitas website maupun sosial media rumah sakit sudah cukup optimal dan efektif sehingga dapat memengaruhi pengalaman pasien.

Berlandaskan hasil penelitian dan teori yang mendukung serta hasil penelitian sebelumnya, peneliti berkesimpulan bahwa kualitas website rumah sakit memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan pasien dan peningkatan pengalaman pasien. Peningkatan kualitas website, terutama dalam konteks desain, konten, dan kemudahan penggunaan, dapat memberikan manfaat besar dalam memenuhi kebutuhan informasi pasien, meningkatkan hubungan dokter-pasien, dan menjadi elemen efektif dalam strategi pemasaran rumah sakit.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan karena terdapat beberapa kekurangan dalam metode maupun pembahasan hasil penelitian. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini di antara lain:

1. Keterbatasan literatur hasil penelitian sebelumnya yang masih kurang peneliti dapatkan. Sehingga mengakibatkan penelitian ini memiliki banyak kelemahan, baik dari segi hasil penelitian maupun analisisnya.
2. Keterbatasan waktu, biaya dan tenaga sehingga membuat penelitian ini kurang maksimal.
3. Keterbatasan pengetahuan penulis dalam membuat dan menyusun tulisan ini, sehingga perlu diuji kembali kendalanya di masa depan.