

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Rumah Sakit

1. Profil Rumah Sakit

Rumah Sakit Umum St Madyang Palopo merupakan salah satu fasilitas pelayanan kesehatan swasta yang berada di Kota Palopo, Sulawesi Selatan. Rumah sakit ini berlokasi di Jl. Andi Kambo No. 87, Kelurahan Salekoe, Kecamatan Wara Timur. Didirikan pada tanggal 7 Juli 2007, awalnya sebagai Rumah Sakit Ibu dan Anak, kemudian berkembang menjadi Rumah Sakit Umum dengan klasifikasi kelas C sejak tahun 2015. Rumah sakit ini berada di bawah pengelolaan Yayasan St. Madyang dan memiliki izin operasional resmi dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

Secara infrastruktur, RS St Madyang berdiri di atas lahan seluas $\pm 6.700 \text{ m}^2$ dengan luas bangunan sekitar $\pm 4.800 \text{ m}^2$. Rumah sakit ini memiliki kapasitas tempat tidur yang memadai, meliputi kelas VIP, kelas I, II, III, serta ruang ICU, NICU, perinatologi, dan isolasi. Di bidang sumber daya manusia, RSU St. Madyang didukung oleh tenaga medis dan paramedis profesional yang terdiri dari dokter umum, dokter gigi, dokter spesialis, perawat, bidan, apoteker, serta tenaga kesehatan lainnya.

RS St Madyang juga telah terakreditasi oleh Komisi Akreditasi Rumah Sakit (KARS), menunjukkan komitmen rumah

sakit dalam menjaga mutu pelayanan dan keselamatan pasien. Selain itu, rumah sakit ini telah bekerja sama dengan BPJS Kesehatan serta sejumlah perusahaan asuransi, sehingga dapat menjangkau masyarakat dari berbagai lapisan.

Dengan perkembangan fasilitas, sumber daya, serta komitmen terhadap pelayanan kesehatan yang berkualitas, RSUD St. Madyang Palopo menjadi salah satu rumah sakit rujukan utama di Kota Palopo dan sekitarnya.

2. Visi dan Misi Rumah Sakit

1) Visi Rumah Sakit

RS St Madyang memiliki visi untuk menjadi rumah sakit pilihan utama di wilayah Luwu Raya dengan pelayanan prima yang berorientasi pada kebutuhan pasien. Dalam upaya mewujudkan visi tersebut, rumah sakit ini menyediakan layanan medis yang cukup lengkap, mencakup pelayanan gawat darurat 24 jam, rawat jalan, rawat inap, bedah, pelayanan ibu dan anak, serta berbagai layanan spesialis dan subspesialis seperti penyakit dalam, bedah umum, kebidanan dan kandungan, anak, jantung, paru, saraf, kulit dan kelamin, mata, THT, serta layanan penunjang medis seperti radiologi dan laboratorium.

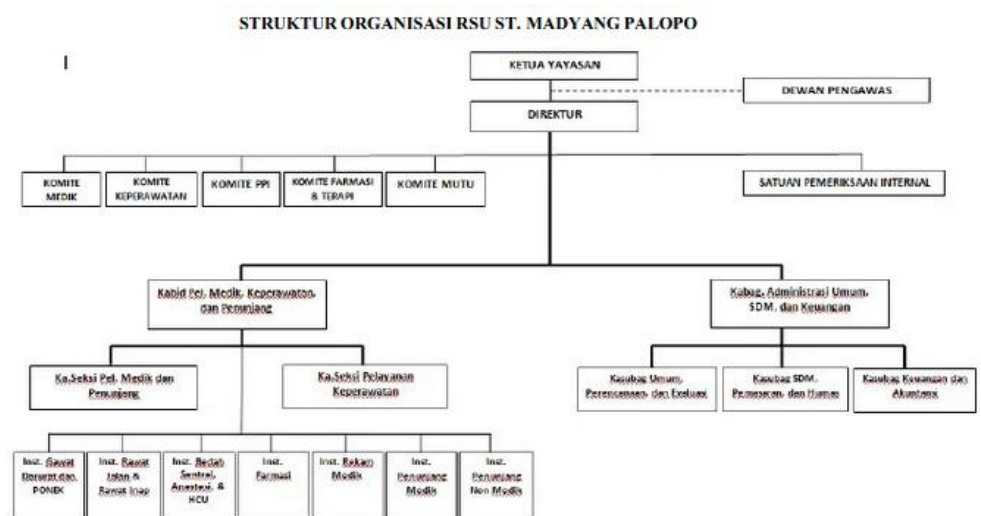
2) Misi Rumah Sakit

Misi rumah sakit st. madyang palopo yaitu sebagai berikut :

- Memberikan pelayanan bermutu dengan biaya terjangkau kepada semua lapisan masyarakat.

- Mendekatkan informasi kesehatan kepada publik agar masyarakat lebih s.adar akan pentingnya pencegahan dan pengendalian penyakit secara dini
- Menyelenggarakan bimbingan rohani, khususnya Islam, bagi pasien yang membutuhkan.

3. Struktur Organisasi RS. St Madyang Palopo



Gambar 5. 1. Struktur Organisasi RSU ST. Madyang Palopo

Struktur Organisasi RS St. Madyang Palopo merupakan acuan dari Peraturan Gubernur Sulawesi Selatan Nomor 30 Tahun 2023 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Rumah Sakit Daerah Pada Dinas Kesehatan.

1) Susunan Organisasi Rs madyang palopo terdiri dari:

- a) Direktur mempunyai tugas pokok memimpin, membina, mengkoordinasikan, mengawasi, dan mengendalikan serta

Menyusun kebijakan dalam pelaksanaan di bidang rumah sakit, sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

- b) Kepala bidang pelayanan medik, keperawatan, dan penunjang membantu dan menyelenggarakan tugas direktur dalam pengelolaan kegiatan pelayanan medik, keperawatan, dan penunjang, baik dari segi mutu, pengembangan, pelayanan umum, pemeliharaan sarana dan prasarana pelayanan medik, keperawatan, dan penunjang pelayanan.
- c) Kepala bagian administrasi umum, SDM, dan Keuangan mempunyai tugas pokok membantu dan menyelenggarakan sebagian tugas direktur dalam pengelolaan administrasi umum, SDM dan keuangan.
- d) Kepala seksi pelayanan medik dan penunjang mempunyai tugas untuk mengkoordinasikan semua kebutuhan pelayanan medik penunjang, pemantauan dan pengawasan penggunaan fasilitas pelayanan medis dan penunjang, rekam medis, dan sistem informasi Kesehatan kepada instalas-instalasi.
- e) Kepala seksi pelayanan keperawatan mempunyai tugas pokok melaksanakan pembinaan dan memfasilitasi pelaksanaan kegiatan pelayanan keperawatan.
- f) Kepala sub bagian umum, perencanaan, dan evaluasi mempunyai tugas pokok melaksanakan pengelolaan dan

pembinaan administrasi umum, perencanaan, evaluasi dan pelaporan.

- g) Sub bagian pemasaran, SDM, dan Humas mempunyai tugas pokok melaksanakan pengelolaan dan pengawasan kepegawaian, sumber daya manusia, pemasaran dan humas.
- h) Sub bagian keuangan dan akuntansi mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan dan pelayanan administrasi keuangan di lingkungan rumah sakit.

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin

Tabel 5. 1.
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Di Rumah Sakit St Madyang Palopo
Tahun 2025

Jenis Kelamin	n	%
Laki – Laki	55	50,5%
Perempuan	54	49,5%
Total	109	100%

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa penelitian ini melibatkan sebanyak 109 responden yang memenuhi kriteria. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah laki-laki yaitu sebanyak 55 orang (50,5%), sedangkan perempuan sebanyak 54 orang (49,5%). Persentase ini menunjukkan bahwa laki-laki lebih dominan dalam penelitian ini.

b. Pendidikan

Tabel 5. 2.
Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan
Terakhir Di Rumah Sakit St Madyang Palopo
Tahun 2025

Pendidikan Terakhir	n	%
SMA	65	69,6 %
D3	6	5,5%
S1	38	34,9 %
Total	109	100%

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.2 Dari Tingkat Pendidikan terakhir, sebagian besar responden merupakan lulusan SMA yaitu sebanyak 65 orang (69,6%). Sementara itu, responden dengan Pendidikan terakhir paling sedikit lulusan D3 sebanyak 6 orang (5,5%) dan lulusan S1 sebanyak 38 orang (34,9%).

c. Pekerjaan

Berdasarkan tabel 5.3 dari segi pekerjaan, sebagian besar responden bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 32 orang (29,4%) dan kelompok terkecil berasal dari nelayan sebanyak 2 orang (1,8%).

Tabel 5. 3.
Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan
Di Rumah Sakit St Madyang Palopo
Tahun 2025

Pekerjaan	n	%
PNS	26	23,9 %
Wiraswasta	32	29,4 %
Petani	4	3,7 %
Pensiunan	12	11%
Pelaut	6	5,5%
Nelayan	2	1,8%
IRT	29	24,8%
Total	109	100%

Sumber: Data Primer, 2025

2. Analisis Univariat

a. Recall

Distribusi responden berdasarkan Recall pasien dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5. 4.
Distribusi Responden Berdasarkan *Recall*
di Rumah Sakit St Madyang Kota Palopo
Tahun 2025

<i>Recall</i>	n	%
Cukup Efektif	79	72,5
Kurang Efektif	30	27,5
Total	109	100

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.4 menunjukkan bahwa sebanyak 79 (72,5%) responden yang memberikan penilaian cukup efektif. Sementara itu, 30 responden (27,5) yang menilai bahwa *recall* di rumah sakit kurang efektif.

b. Recognition

Distribusi responden berdasarkan *recognition* pasien dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. 5.
Distribusi Responden Berdasarkan *Recognition*
di Rumah Sakit St Madyang Kota palopo
Tahun 2025

<i>Recognition</i>	n	%
Cukup Efektif	82	75,2
Kurang Efektif	27	24.8
Total	109	100

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.5 menunjukkan bahwa sebanyak 82 responden (75,2) yang memberikan penilaian cukup optimal. Sementara itu, 27 responden (24,8) yang menilai bahwa *recognition* di rumah sakit kurang optimal.

c. Purchase

Berdasarkan tabel 5.6 menunjukkan bahwa sebanyak 77 (70,6%) responden yang memberikan penilaian cukup optimal. Sementara itu, 32 responden (29,4) yang menilai bahwa *purchase* di rumah sakit kurang optimal.

Tabel 5. 6.
Distribusi Responden Berdasarkan *Purchase*
di Rumah Sakit St Madyang Kota Palopo
Tahun 2025

<i>Purchase</i>	n	%
Cukup Efektif	77	70,6
Kurang Efektif	32	29,4
Total	109	100

Sumber: Data Primer, 2025

d. *Consumption*

Distribusi responden berdasarkan *consumption* pasien dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. 7.
Distribusi Responden Berdasarkan *Consumption* di Rumah Sakit St Madyang Kota Palopo Tahun 2025

Consumption	n	%
Cukup Optimal	82	75.2
Kurang Optimal	27	24.8
Total	109	100

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.7 menunjukkan bahwa sebanyak 82 responden (75,2) yang memberikan penilaian cukup optimal. Sementara itu, 27 responden (24,8) yang menilai bahwa *consumption* di rumah sakit kurang optimal.

e. **Keputusan Pasien**

Distribusi responden berdasarkan keputusan pasien dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. 8.
Distribusi Responden Berdasarkan Keputusan Pasien di Rumah Sakit St Madyang Kota Palopo Tahun 2025

Keputusan Pasien	n	%
Cukup Efektif	91	83,5
Kurang Efektif	18	16,5
Total	109	100

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.8 menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki Tingkat Keputusan yang cukup banyak

terhadap layanan yang diberikan oleh rumah sakit St madyang palopo. Hal ini terlihat dari 91 responden (83,5%) yang tergolong dalam kategori cukup efektif, sementara itu, hanya 18 responden (16,5%) yang termasuk dalam kategori kurang efektif.

3. Analisis Bivariat

a. Pengaruh *Recall* terhadap Keputusan pasien dalam memilih rumah sakit st.madyang palopo

Tabel 5. 9.
Pengaruh *Recall* terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Rumah Sakit St Madyang Kota Palopo Tahun 2025

Recall (X1)	Keputusan Pasien				Total		Uji Statistik
	Kurang Efektif		Cukup Efektif				p
	n	%	n	%	n	%	
Kurang Efektif	26	3,6	4	30,6	30	34,2	0,031
Cukup Efektif	65	12,6	14	53,2	79	65,8	
Total	91	16,2	18	83,8	109	100	

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.9 dari total 109 responden, sebanyak 79 pasien (65,8%) memiliki recall yang cukup efektif, menunjukkan bahwa sebagian besar pasien dapat mengingat kembali informasi mengenai rumah sakit. Dari kelompok dengan recall cukup efektif, mayoritas (53,2%) juga mengambil keputusan yang cukup efektif dalam memilih RS. Sebaliknya, dari 30 pasien dengan recall kurang efektif, hanya 4 pasien (30,6%) yang membuat keputusan cukup

efektif. Hasil uji Chi-square menunjukkan Nilai signifikansi (p-value) adalah 0,031, Karena $p < 0,05$, menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima maka secara statistik terdapat pengaruh yang signifikan antara Recall dengan Keputusan Pasien.

b. Pengaruh *Recognition* terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Rumah Sakit St madyang palopo

Tabel 5. 10.

Pengaruh Recognition terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Rumah Sakit St. Madyang Kota Palopo Tahun 2025

Recognition (X1)	Keputusan Pasien				Total		Uji Chi-Square
	Kurang Efektif		Cukup Efektif				
	n	%	n	%	n	%	
Kurang Efektif	21	19,2	6	5,5	27	24,8	0,04
Cukup Efektif	70	64,3	12	11	82	75,2	
Total	91	83,5	18	16,5	109	100	

Sumber; Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.10 (75,2%) memiliki *recognition* yang cukup efektif, tetapi sebagian besar pasien (83,5%) tetap merasa keputusan memilih RS kurang efektif. Dengan hasil uji Chi-Square nilai $p = 0,04$ lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara *recognition* terhadap keputusan pasien dalam memilih RS St. Madyang Palopo.

c. **Pengaruh *Purchase* Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Rumah Sakit St Madyang Kota Palopo**

Berdasarkan tabel 5.11 Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar pasien (70,7%) memiliki persepsi *purchase* yang cukup efektif, namun tetap banyak dari mereka (59,7%) memutuskan bahwa keputusan mereka dalam memilih RS St. Madyang Palopo tergolong kurang efektif. Hasil uji Chi-square menunjukkan nilai signifikansi (p-value) = 0,016 dengan taraf signifikansi (α) = 0,05, sehingga menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara *purchase* terhadap keputusan pasien dalam memilih rumah sakit.

Tabel 5. 11.
Pengaruh *Purchase* Terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Rumah Sakit St Madyang Palopo Tahun 2025

Purchase (X1)	Keputusan Pasien				Total		Uji Statistik
	Kurang Efektif		Cukup Efektif				
	n	%	n	%	n	%	
Kurang Efektif	26	23,8	6	5,5	27	29,3	0,016
Cukup Efektif	65	59,7	12	11	82	70,7	
Total	91	83,5	18	16,5	109	100	

Sumber: Data Primer, 2025

d. **Pengaruh *Consumption* terhadap Keputusan pasien dalam memilih rumah sakit st.madyang palopo**

Berdasarkan tabel 5.12 sebagian besar responden (75,2%) berada pada kategori *consumption cukup efektif*,

dengan mayoritas dari mereka (63,3%) mengambil keputusan yang kurang efektif dalam memilih rumah sakit. Sementara itu, hanya 24,8% responden berada pada kategori *consumption* kurang efektif. Berdasarkan hasil uji Chi-square nilai p yang diperoleh adalah 0,015 yang berarti lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat *consumption* dengan keputusan pasien dalam memilih Rumah Sakit St. Madyang Palopo.

Tabel 5. 12.
Pengaruh *Consumption* Terhadap Keputusan Pasien
dalam Memilih Rumah Sakit St Madyang Palopo
Tahun 2025

Consumption (X4)	Keputusan Pasien				Total		Uji Statistik
	Kurang Efektif		Cukup Efektif				
	n	%	N	%	n	%	
Kurang Efektif	22	20,2	5	4,6	27	24,8	0,015
Cukup Efektif	69	63,3	13	11,9	82	75,2	
Total	91	83,5	18	16,5	109	100	

Sumber: Data Primer, 2025

4. Analisis Multivariat

Variabel yang layak dimasukkan dalam model multivariat adalah variabel independen dengan nilai $p < 0,25$ dalam analisis bivariat. Variabel-variabel yang masuk ke dalam model multivariat yaitu variabel Purchase (X3) dan Consumption (X4), Kemudian dilakukan analisis regresi logistik ganda dengan

metode multinomial, yaitu memasukan semua variabel independen ke dalam model, tetapi kemudian satu per satu variabel independen dikeluarkan dari model berdasarkan kriteria kemaknaan statistik tertentu.

Tabel 5. 13.
Analisis Variabel Independen yang berpengaruh terhadap
Keputusan Pasien di RS St Madyang Kota Palopo
Tahun 2025

Step	Variabel	p-Value (Sig.)	OR (Exp(B))
Step 1	Purchase (X3)	0,945	0,018
	Consumption (X4)	0,994	0,604
Step 2	Purchase (X3)	0,307	0,457
	Consumption (X4)	0,104	0,001
Step 3	Purchase (X3)	0,958	0,064
	Consumption (X4)	0,984	0,457

Sumber: Data Primer 2025

Berdasarkan tabel 5.13 menunjukkan hasil analisis regresi logistik bertahap (stepwise) pada Step 1 dimasukkan seluruh variabel independen. Dari hasil tersebut, variabel Purchase menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien ($p = 0,945$; $OR = 0,018$). Pada Step 2, setelah dilakukan eliminasi terhadap variabel yang tidak signifikan, Consumption tetap menunjukkan pengaruh signifikan ($p = 0,104$; $OR = 0,001$). Pada Step 3, analisis akhir menunjukkan

bahwa hanya purchase yang memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien, dengan nilai $p = 0,958$ dan $OR = 0,064$. Hal ini menunjukkan bahwa pasien dengan Purchase yang baik memiliki peluang loyalitas lebih tinggi.

C. Pembahasan

1. Karakteristik Responden

Jenis kelamin sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah laki-laki 50,5 %, sementara perempuan hanya sebesar 49,5 %. Karakteristik ini menunjukkan bahwa laki-laki lebih dominan dalam penggunaan layanan rumah sakit pada saat survei dilakukan. Menurut penelitian (Setiawan & Nabila, 2022), laki-laki cenderung lebih responsif terhadap konten informatif dan praktis dalam media digital, sedangkan perempuan lebih memperhatikan aspek emosional dan visual.

Pendidikan terakhir responden mayoritas memiliki pendidikan terakhir SMA sebanyak 65 orang (59,6 %). Tingkat pendidikan mempengaruhi kemampuan individu dalam memahami konten digital marketing yang disampaikan. Pasien dengan pendidikan menengah dan tinggi cenderung lebih aktif mencari informasi tentang layanan kesehatan melalui media digital. Semakin tinggi pendidikan seseorang, semakin tinggi pula kesadarannya terhadap pentingnya informasi kesehatan, yang dapat memperkuat loyalitas

jika rumah sakit mampu menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah diakses (Nusantari et al., 2021).

Dalam hal pekerjaan, menggambarkan bahwa sebagian besar pasien berasal dari kelompok ekonomi menengah ke bawah. Digital marketing yang menyajikan informasi secara transparan dan mudah diakses sangat membantu dalam proses pengambilan keputusan layanan kesehatan oleh pasien dari kelompok ini.

2. Pengaruh *Recall* terhadap Keputusan Pasien Memilih Rumah Sakit

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 5.9, dapat diketahui bahwa dari 109 responden, mayoritas (79 responden atau 65,8%) memiliki tingkat recall yang cukup efektif, sedangkan 30 responden (34,2%) memiliki recall yang kurang efektif. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar pasien mampu mengingat kembali informasi mengenai Rumah Sakit St. Madyang Palopo, baik melalui pengalaman pribadi maupun dari media promosi.

Meskipun demikian, hanya 18 responden (16,2%) yang memiliki keputusan yang dinilai cukup efektif dalam memilih rumah sakit, sedangkan 91 responden (83,8%) termasuk dalam kategori keputusan kurang efektif. Dari 18 responden yang membuat keputusan cukup efektif, sebagian besar (14 orang) berasal dari kelompok dengan recall cukup efektif.

Namun, berdasarkan hasil uji Chi-Square, diperoleh nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,031, yang lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara recall terhadap keputusan pasien dalam memilih Rumah Sakit St. Madyang Palopo.

Tingkat recall yang cukup tinggi menunjukkan pasien mampu mengingat pesan atau informasi yang pernah disampaikan rumah sakit melalui berbagai media. Dalam teori *Brand Awareness* oleh Keller (2016), recall menjadi tahap awal dalam pembentukan preferensi konsumen. Semakin tinggi kemampuan konsumen untuk mengingat kembali suatu merek, semakin besar kemungkinan merek tersebut dipertimbangkan dalam keputusan pembelian. Dengan demikian, hasil penelitian yang menunjukkan hubungan signifikan antara recall dengan keputusan pasien mendukung teori Keller bahwa memori konsumen adalah aset utama dalam pemasaran layanan.

Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Kotler & Keller (2022) yang menyatakan bahwa brand recall merupakan salah satu komponen dari brand awareness, namun bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi keputusan konsumen. Selain itu, penelitian oleh Yulianto (2022) menyebutkan bahwa recall perlu didukung oleh persepsi kualitas dan kepercayaan agar dapat mengarah pada keputusan yang efektif.

Oleh karena itu, pihak rumah sakit perlu tidak hanya fokus pada meningkatkan tingkat recall melalui promosi dan kampanye, tetapi juga meningkatkan kualitas layanan dan membangun kepercayaan pasien secara berkelanjutan untuk memperkuat pengambilan keputusan yang positif dari pasien.

Meskipun secara deskriptif terlihat bahwa pasien dengan recall yang cukup efektif cenderung membuat keputusan yang lebih baik dalam memilih RS, namun hasil uji statistik menunjukkan bahwa pengaruh recall terhadap keputusan pasien signifikan secara statistik. Artinya, recall menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pasien dalam memilih Rumah Sakit St. Madyang Palopo.

3. Pengaruh *Recognition* terhadap Keputusan Pasien Memilih Rumah Sakit

Berdasarkan hasil distribusi frekuensi, terlihat bahwa sebagian besar responden (75,2%) memiliki tingkat recognition yang cukup efektif. Namun, menariknya, sebagian besar pasien (83,5%) tetap menunjukkan bahwa keputusan mereka dalam memilih Rumah Sakit St. Madyang Palopo tergolong kurang efektif. Hal ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara tingkat pengenalan (*recognition*) terhadap rumah sakit dan efektivitas keputusan yang diambil oleh pasien.

Hasil uji statistik menggunakan Chi-Square menunjukkan nilai $p = 0,04$, yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikansi yang

ditetapkan ($\alpha = 0,05$). Ini berarti terdapat hubungan yang signifikan antara variabel *recognition* dengan keputusan pasien dalam memilih rumah sakit. Dengan kata lain, pengenalan atau citra yang dimiliki pasien terhadap RS St. Madyang Palopo berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan mereka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun tingkat *recognition* cukup efektif, masih terdapat kesenjangan dengan efektivitas keputusan. Teori *Customer-Based Brand Equity (CBBE)* oleh Keller (2013) menekankan bahwa *recognition* harus dibangun bersama dengan asosiasi positif dan pengalaman yang baik agar dapat memengaruhi keputusan pelanggan. Hal ini sejalan dengan temuan Firdaus et al. (2024) yang menyatakan bahwa *recognition* yang baik tanpa diimbangi dengan kualitas layanan tidak cukup untuk meningkatkan keputusan positif. Dengan demikian, rumah sakit perlu menguatkan citra dengan konsistensi layanan nyata, bukan hanya eksposur merek.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Firdaus et al. (2024), yang menyimpulkan bahwa *recognition* berperan penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih layanan kesehatan. Meskipun pasien mengenal rumah sakit tersebut, keputusan mereka dapat dipengaruhi oleh elemen lain yang mungkin tidak sejalan dengan ekspektasi, seperti kualitas layanan, waktu tunggu, atau biaya.

Lebih lanjut, Nurliyah et al. (2022) juga menunjukkan bahwa elemen dalam *recognition*, seperti kepercayaan terhadap staf medis(*contact personnel*) dan pengalaman sebelumnya, merupakan faktor kunci dalam membentuk keputusan pasien. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *recognition* memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik, tingkat efektivitas keputusan pasien tidak hanya bergantung pada pengenalan, tetapi juga pada pengalaman aktual terhadap layanan rumah sakit.

Dengan demikian, RS St. Madyang Palopo disarankan untuk tidak hanya fokus pada membangun citra atau pengenalan rumah sakit, tetapi juga meningkatkan kualitas layanan nyata yang dialami pasien, agar pengaruh positif dari *recognition* dapat benar-benar tercermin dalam keputusan yang lebih efektif dari pasien.

Meskipun diharapkan bahwa *recognition* yang tinggi terhadap rumah sakit dapat mendorong keputusan pasien yang lebih tepat dan efektif, data ini menunjukkan bahwa pengenalan yang cukup terhadap rumah sakit tidak selalu berbanding lurus dengan efektivitas dalam pengambilan keputusan. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor lain yang belum diteliti lebih jauh, seperti persepsi terhadap kualitas layanan, pengalaman pribadi, reputasi rumah sakit di masyarakat, atau faktor eksternal lain seperti rekomendasi keluarga dan tenaga medis.

Hasil ini tidak sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa pengambilan keputusan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh pengenalan merek (*recognition*), tetapi juga oleh faktor-faktor lain seperti kebutuhan, pengalaman, informasi dari orang lain, dan situasi sosial. Meskipun pengenalan penting sebagai tahap awal dalam proses keputusan, keputusan akhir sangat mungkin dipengaruhi oleh faktor emosional atau rasional lainnya.

Dengan demikian, pihak manajemen rumah sakit perlu mengevaluasi tidak hanya strategi untuk meningkatkan *recognition*, tetapi juga memperkuat kualitas layanan, komunikasi, dan kepercayaan masyarakat untuk benar-benar meningkatkan efektivitas keputusan pasien dalam memilih rumah sakit.

4. Pengaruh *Purchase* terhadap Keputusan Pasien Memilih Rumah Sakit

Berdasarkan hasil analisis pada data yang disajikan, diketahui bahwa sebagian besar responden (70,7%) memiliki persepsi bahwa aspek *purchase* atau pembelian layanan di RS St. Madyang Palopo tergolong cukup efektif. Ini menunjukkan bahwa dari sudut pandang pasien, berbagai elemen yang berkaitan dengan proses pembelian layanan kesehatan seperti biaya layanan, kemudahan pembayaran, ketersediaan informasi, dan aksesibilitas pelayanan dinilai cukup baik.

Berdasarkan hasil analisis Chi-Square pada tabel 5.10, diperoleh nilai signifikansi (Asymp. Sig.) sebesar 0,016. Karena nilai ini lebih kecil dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *purchase* terhadap pembelian layanan rumah sakit dengan keputusan pasien dalam memilih Rumah Sakit St. Madyang Palopo.

Namun demikian, meskipun persepsi terhadap *purchase* cukup positif, sebagian besar pasien (59,7%) tetap menganggap bahwa keputusan mereka dalam memilih rumah sakit masih kurang efektif. Hal ini menunjukkan adanya kemungkinan kesenjangan antara ekspektasi pasien terhadap pembelian layanan dengan pengalaman aktual setelah keputusan dibuat.

Hasil uji statistik menggunakan Chi-square menunjukkan nilai $p = 0,01$, lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *purchase* terhadap keputusan pasien dalam memilih RS St. Madyang Palopo.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pinandita & Sulistiadi (2022) yang menyatakan bahwa walaupun aspek layanan dan lokasi lebih dominan, faktor *purchase* tetap memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan pasien, khususnya di rumah sakit yang bersaing dalam layanan dasar dan harga yang terjangkau. Selain itu, Wibisono et al. (2025)

menggarisbawahi bahwa walau faktor psikologis seperti motivasi dan pengalaman juga penting, proses pembelian layanan tetap menjadi tahapan krusial yang tidak bisa diabaikan.

Meskipun secara teori variabel *purchase* merupakan salah satu komponen penting dalam bauran pemasaran (marketing mix), namun dalam konteks pelayanan kesehatan, *purchase* tidak selalu menjadi faktor dominan. Hal ini disebabkan oleh beberapa alasan berikut: Sektor layanan kesehatan bukan semata transaksi komersial, melainkan pelayanan sosial yang menekankan keamanan, keselamatan, dan kepercayaan pasien. Kebutuhan akan layanan medis bersifat mendesak dan emosional, sehingga keputusan pasien lebih dipengaruhi oleh kualitas layanan, kepercayaan pada tenaga medis, dan pengalaman sebelumnya. Faktor-faktor seperti kebersihan, keramahan tenaga medis, reputasi rumah sakit, dan testimoni pasien lain cenderung lebih berpengaruh terhadap keputusan pasien dibandingkan dengan harga atau kemudahan pembelian layanan (*purchase*).

Dalam konsep *Marketing Mix 7P* (Kotler & Armstrong, 2018), elemen *process* dan *price* memengaruhi perilaku konsumen. Pada layanan kesehatan, kemudahan proses administrasi dan keterjangkauan harga sangat memengaruhi keputusan pasien. Hal ini didukung oleh penelitian Pinandita dan Sulistiadi (2022) yang menyebutkan bahwa *purchase* adalah salah satu faktor penting

yang memengaruhi keputusan pasien dalam konteks persaingan rumah sakit.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang juga menemukan bahwa variabel *purchase* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien adalah Pinandita & Sulistiadi (2022) menyatakan bahwa produk layanan, lokasi, dan kualitas SDM lebih berpengaruh dibandingkan faktor harga (*purchase*) dalam memengaruhi keputusan pasien memilih rumah sakit. Wibisono et al. (2025) menunjukkan bahwa keputusan pasien lebih dipengaruhi oleh faktor psikologis, seperti motivasi, harapan, dan pengalaman sebelumnya. Khairul & Saputra (2024) dalam penelitiannya di RSUD Haji Makassar menemukan bahwa faktor perilaku konsumen seperti norma sosial dan kepercayaan lebih signifikan dibanding faktor ekonomi (*purchase*).

Sebaliknya, penelitian oleh Sukman et al. (2023) di RSIA Malebu Husada menyatakan bahwa variabel *purchase* dapat berpengaruh secara simultan dengan variabel lain seperti people, process, dan promotion, meskipun pengaruhnya secara individu lemah.

5. Pengaruh *Consumption* terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Rumah Sakit St. Madyang Palopo

Berdasarkan hasil analisis data pada Tabel 5.10, dapat diketahui bahwa dari 109 responden, mayoritas responden (82 orang atau 75,2%) berada pada kategori *consumption cukup efektif*, sedangkan

sisanya (27 orang atau 24,8%) berada pada kategori *consumption kurang efektif*. Dari responden yang memiliki *consumption* cukup efektif, sebagian besar (69 orang atau 63,3%) justru menunjukkan keputusan yang kurang efektif dalam memilih Rumah Sakit St. Madyang Palopo.

Hasil uji statistik menggunakan Chi-Square menunjukkan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,015, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($p > 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *consumption* dengan keputusan pasien dalam memilih Rumah Sakit St. Madyang Palopo. Artinya, hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak.

Consumption dalam konteks ini merujuk pada pengalaman aktual pasien dalam menggunakan layanan rumah sakit, seperti interaksi dengan petugas, kenyamanan fasilitas, kecepatan layanan, hingga hasil perawatan yang dirasakan. Walaupun variabel ini berkaitan dengan pengalaman setelah pasien "membeli" layanan, pengalaman tersebut terbukti turut menentukan apakah pasien merasa keputusannya tepat atau tidak.

Temuan ini sejalan dengan hasil studi oleh Khairul & Saputra (2024), yang menunjukkan bahwa konsumsi layanan (terutama pengalaman layanan rawat inap, administrasi, dan waktu tunggu) sangat berpengaruh terhadap persepsi keputusan pasien. Semakin

positif pengalaman konsumsi yang dialami pasien, maka semakin tinggi pula keyakinan mereka terhadap keputusannya.

Demikian pula, Wibisono et al. (2025) menekankan bahwa faktor psikologis seperti kepuasan setelah menggunakan layanan (*consumption experience*), berperan besar dalam membentuk loyalitas dan persepsi positif terhadap keputusan memilih rumah sakit. Kemudian, dijelaskan bahwa pada sektor jasa, khususnya layanan kesehatan, proses pengambilan keputusan tidak berhenti pada tahap pemilihan layanan (*pre-purchase decision*). Keputusan pasien akan terus dievaluasi selama dan setelah mereka menerima layanan (*post-purchase evaluation*). Tahap inilah yang disebut *consumption experience* atau pengalaman konsumsi.

Dengan demikian, meskipun keputusan memilih RS umumnya dibuat sebelum layanan dikonsumsi, pengalaman aktual selama *consumption* ternyata memvalidasi atau bahkan merevisi keputusan pasien. Bila pengalaman negatif muncul, pasien bisa merasa bahwa keputusan awalnya kurang tepat, meskipun sebelumnya mereka yakin akan pilihannya.

Temuan ini tidak sejalan dengan teori perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2022), yang menyatakan bahwa konsumsi informasi dan pengalaman sebelumnya dapat membentuk persepsi dan preferensi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian atau pemilihan layanan. Namun, hasil ini didukung oleh

penelitian dari Wulandari (2022) yang menunjukkan bahwa consumption tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam layanan kesehatan, terutama jika konsumen kurang teredukasi atau tidak memiliki akses informasi yang memadai.

Secara praktis, hasil ini menjadi masukan bagi pihak manajemen Rumah Sakit St. Madyang Palopo untuk meningkatkan literasi dan edukasi kepada masyarakat, misalnya melalui penyuluhan kesehatan, promosi informasi medis yang jelas dan akurat, serta media komunikasi yang efektif agar konsumsi informasi dapat meningkatkan keputusan yang lebih rasional dan tepat oleh pasien.

D. Keterbatasan Peneliti

Proses pengurusan surat izin penelitian di ptsp memakan waktu lebih lama dari yang direncanakan, sehingga mempengaruhi jadwal pelaksanaan penelitian.