

Analysis of the Effects of People, Process, and Physical Evidence on Patient Satisfaction at Clinic X Palembang

Analisis Pengaruh *People, Process, dan Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Pasien X Palembang

Marhamah¹, Muhammad Wadud²

Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri

¹2023502007@students.uigm.ac.id, ²wadud@uigm.ac

Abstract

This study aims to analyze the effect of People, Process, and Physical Evidence on Patient Satisfaction at Clinic X Palembang. A quantitative approach was employed using a survey method, with data collected through questionnaires distributed to 148 respondents using a total sampling technique. Data were analyzed using multiple linear regression analysis with SPSS version 25, preceded by classical assumption tests, partial hypothesis testing (t-test), simultaneous hypothesis testing (F-test), and the coefficient of determination (R^2). The results indicate that People, Process, and Physical Evidence individually have a positive and significant effect on Patient Satisfaction. Based on the standardized regression coefficients, Physical Evidence is identified as the most dominant variable influencing Patient Satisfaction. This finding suggests that the quality of physical facilities, environmental comfort, and the arrangement of the service environment play a critical role in shaping patients' perceptions of service quality at the clinic level. Furthermore, the simultaneous test results confirm that People, Process, and Physical Evidence collectively have a significant effect on Patient Satisfaction, indicating that the proposed regression model is statistically acceptable. The coefficient of determination shows that the independent variables explain a substantial proportion of the variation in Patient Satisfaction, while the remaining variation is influenced by other factors not included in this study. These findings highlight that improving patient satisfaction in primary healthcare clinics requires an integrated service marketing strategy, with Physical Evidence as the primary strategic focus, supported by effective service processes and competent human resources.

Keywords: *Service Marketing, People, Process, Physical Evidence, Patient Satisfaction.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *People, Process, dan Physical Evidence* terhadap Kepuasan Pasien di Klinik X Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 148 responden dengan teknik total sampling. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 25, yang diawali dengan uji asumsi klasik, uji hipotesis parsial (uji t), uji hipotesis simultan (uji F), serta uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *People, Process, dan Physical Evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien. Berdasarkan nilai koefisien regresi terstandarisasi, *Physical Evidence* merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Pasien. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas fasilitas fisik, kenyamanan lingkungan, serta penataan lingkungan pelayanan berperan penting dalam membentuk persepsi pasien terhadap kualitas layanan pada tingkat klinik. Selanjutnya, hasil uji simultan menunjukkan bahwa *People, Process, dan Physical Evidence* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien, yang menandakan bahwa model regresi yang digunakan layak secara statistik. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini mampu menjelaskan sebagian besar variasi Kepuasan Pasien, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan Kepuasan Pasien pada klinik pelayanan kesehatan primer memerlukan strategi pemasaran jasa yang

terintegrasi, dengan Physical Evidence sebagai fokus utama, yang didukung oleh efektivitas proses pelayanan dan kompetensi sumber daya manusia.

Kata kunci: Pemasaran Jasa, People, Process, Physical Evidence, Kepuasan Pasien.

1. Pendahuluan

Industri kesehatan di Indonesia terus berkembang sama halnya semakin tingginya kesadaran masyarakat pada pentingnya menjaga kesehatan dan mendapatkan layanan medis yang berkualitas. Berdasarkan data Kementerian Kesehatan, jumlah klinik di Indonesia terus bertambah setiap tahun, mencapai lebih dari 17.000 klinik yang teregistrasi, baik milik pemerintah maupun swasta pada tahun 2023 (Kementerian Kesehatan, 2024). Klinik-klinik ini berperan sebagai penyedia layanan kesehatan tingkat pertama yang memberikan akses langsung kepada masyarakat. Namun, dengan bertambahnya jumlah fasilitas kesehatan, persaingan antar klinik menjadi semakin ketat. Setiap klinik dituntut untuk mampu menarik perhatian pasien dan mempertahankan loyalitas mereka melalui berbagai strategi pemasaran dan peningkatan kualitas layanan.

Di Kota Palembang, terdapat sejumlah fasilitas kesehatan yang mendukung kebutuhan masyarakat, termasuk klinik pratama. Data yang tersedia menunjukkan bahwa setiap kecamatan di Palembang memiliki beberapa klinik pratama. Misalnya, di Kecamatan Alang-Alang Lebar terdapat 15 klinik pratama, dan di Kecamatan Sukarami terdapat 25 klinik pratama. Data dari Badan Pusat Statistik Kota Palembang menyebutkan pada Februari 2025 terdapat 189 klinik pratama di Kota Palembang (Badan Pusat Statistik Kota Palembang, 2025). Jumlah ini menunjukkan bahwa klinik pratama tersebar luas di berbagai wilayah Palembang untuk memenuhi kebutuhan pelayanan kesehatan masyarakat setempat.

Klinik harus memaksimalkan taktik pemasaran mereka untuk menarik pasien. Bauran pemasaran adalah salah satu strategi yang sering digunakan. Pendekatan ini bertujuan untuk memenuhi selera dan permintaan pasien sekaligus meningkatkan kepuasan mereka dalam memilih layanan medis. Sebagai fasilitas medis di wilayah Palembang, Klinik X Palembang menghadapi kesulitan serupa dalam mempertahankan eksistensinya di sektor kesehatan yang sangat kompetitif.

Klinik X merupakan fasilitas pelayanan kesehatan tingkat pertama dan lanjutan bersatus klinik utama milik swasta yang berdiri pada tahun 2018. Seiring dengan berjalannya waktu, kini Klinik X semakin terus melebarkan sayap untuk terbang lebih jauh agar dapat memberikan pelayanan kesehatan bagi Masyarakat. Klinik X memantapkan diri untuk bermitra dengan BPJS Kesehatan pada tahun 2021, sebagai Fasilitas Kesehatan Rujukan Tingkat Lanjut (FKRTL) pada pelayanan unggulan spesialis kulit dan kelamin. Klinik X berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang profesional, bermutu tinggi, dan mampu bersaing secara global.

Sekumpulan instrumen pemasaran yang dipakai oleh bisnis untuk meraih tujuan pemasaran dengan mencukupi permintaan dan keinginan pelanggan dikenal sebagai bauran pemasaran. Tiga komponen penting Orang, Proses, dan Bukti Fisik ditambahkan ke 4P klasik (Produk, Harga, Tempat, Promosi) dalam konteks layanan, memperluas bauran pemasaran menjadi 7P. Sifat layanan yang tidak berwujud adalah alasan penambahan ini., tidak terpisah antara proses produksi dan konsumsi, bersifat bervariasi, serta tidak dapat disimpan, sehingga memerlukan pendekatan pemasaran yang lebih menyeluruh dan terintegrasi (Fatihudin & Firmansyah, 2020).

Peneliti memilih melakukan penelitian di Klini X Palembang karena klinik tersebut memiliki beberapa layanan unggulan berupa, pertama yaitu pelayanan gawat darurat 24 jam. Hal ini memberikan akses yang lebih luas dan cepat bagi masyarakat untuk mendapatkan pertolongan medis saat terjadi kondisi darurat, kapan saja. Kehadiran layanan gawat darurat 24 jam dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap fasilitas kesehatan tersebut.

Kedua, Klinik X memiliki layanan mobil ambulance. Adanya layanan ambulans akan sangat membantu klinik dalam memberikan pelayanan gawat darurat dan meningkatkan kepercayaan pasien. Klinik yang memiliki layanan ambulans akan terlihat lebih profesional dan responsif terhadap kebutuhan pasien, sehingga dapat meningkatkan reputasi klinik.

Ketiga, Klinik X memiliki layanan laboratorium. Layanan laboratorium dasar di klinik dapat memberikan manfaat signifikan bagi pasien dan tenaga medis. Dengan adanya laboratorium di klinik, dokter dapat segera melakukan pemeriksaan dasar seperti tes darah, urine, atau gula darah untuk membantu menegakkan diagnosis lebih cepat. Laboratorium dasar memungkinkan deteksi dini penyakit atau kondisi kesehatan tertentu, seperti diabetes atau kolesterol tinggi, sehingga tindakan pencegahan atau pengobatan dapat segera dilakukan. Keberadaan laboratorium di klinik memperlihatkan komitmen klinik untuk memberi pelayanan kesehatan yang komprehensif dan optimal.

Keempat, Klinik X selain memiliki layanan rawat jalan umum mereka juga memiliki layanan tambahan rawat jalan gigi. Kemudahan akses pasien tidak perlu lagi mencari klinik khusus gigi jika mereka membutuhkan perawatan gigi, karena sudah tersedia di klinik yang sama. Layanan rawat jalan gigi dapat menjadi sumber pendapatan tambahan bagi klinik. Dengan adanya layanan rawat jalan gigi, klinik dapat memberikan pelayanan kesehatan yang lebih lengkap dan komprehensif bagi masyarakat, serta meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan secara keseluruhan.

Klinik X Palembang dapat menawarkan berbagai macam layanan kesehatan yang dimiliki, dengan tujuan dapat menarik lebih banyak pasien. Di bawah ini merupakan tampilan jumlah pasien Klinik X Palembang, tahun 2022 – 2024. Diambil data tiga tahun terakhir untuk menghitung jumlah rata-rata kunjungan pasien tiap bulannya di Klinik X.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Klinik X Tahun 2022 - 2024

Tahun	Jumlah Pengunjung
2022	1.896
2023	1.704
2024	1.675

Sumber: Klinik X Palembang (2025)

Berdasarkan Tabel 1 jumlah pasien Klinik X Palembang pada periode 2022 hingga 2024 menunjukkan dinamika kunjungan pasien yang mencerminkan kondisi pemanfaatan layanan klinik dalam kurun waktu tersebut. Data ini memberikan gambaran mengenai tingkat kunjungan pasien ke Klinik X Palembang selama tiga tahun terakhir dan dapat menjadi dasar pertimbangan dalam mengevaluasi serta merumuskan teknik untuk meningkatkan kualitas layanan yang berfokus pada kepuasan pasien.

Tabel 2. Jumlah Pengunjung Klinik Cokro Husda Palembang

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	152
Februari	148
Maret	145

Sumber: Klinik X Palembang (2025)

Dari Tabel 2 dapat dilihat jumlah pengunjung Klinik X Palembang di kuartal satu tahun 2025 pada bulan Januari berjumlah 152 orang, di Februari 148 orang dan data pengunjung di bulan Maret 2023 berjumlah 145 orang.

Secara empiris, Klinik X Palembang menunjukkan fluktuasi jumlah kunjungan pasien dalam tiga tahun terakhir. Menurut data internal klinik, jumlah kunjungan menurun dari 1.896 pada tahun 2022 menjadi 1.704 di 2023 dan kemudian menjadi 1.675 di 2024. Tren turun ini menyoroti kesulitan dalam mempertahankan loyalitas dan kepuasan pasien di antara persaingan yang semakin ketat di sektor perawatan kesehatan.

Selain itu, pada kuartal pertama tahun 2025, jumlah kunjungan pasien juga menunjukkan kecenderungan stagnan, yaitu 152 pasien pada bulan Januari, 148 pada Februari, dan 145 pada Maret. Pola ini memperlihatkan bahwa peningkatan jumlah fasilitas kesehatan di Kota Palembang tidak secara otomatis diikuti oleh peningkatan kunjungan pada satu klinik tertentu. Kondisi ini memperkuat urgensi perlunya evaluasi strategi pemasaran jasa, khususnya pada aspek *People, Process, dan Physical Evidence*, sebagai bagian yang secara empiris terbukti memengaruhi kepuasan pasien dalam berbagai penelitian terdahulu.

Beberapa investigasi empiris, seperti yang dilakukan oleh Mutia & Pujiyanto (2022), menunjukkan bahwa penerapan bauran pemasaran jasa sangat meningkatkan kepuasan pasien di rumah sakit, terutama di bidang proses pelayanan dan lingkungan fisik fasilitas kesehatan. Islamiyah & Wuisan (2024) melaporkan temuan serupa, menyatakan bahwa kebahagiaan dan loyalitas pasien dipengaruhi secara positif oleh kombinasi elemen bauran pemasaran dan citra rumah sakit. Selain itu, penerapan bauran pemasaran jasa—khususnya, orang, proses, dan bukti nyata—merupakan komponen kunci dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pasien di berbagai fasilitas kesehatan, menurut sebuah studi oleh Rindu dkk. (2025) yang menggunakan pendekatan tinjauan cakupan.

Selain itu, beberapa penelitian sebelumnya lebih menekankan pada pengaruh bauran pemasaran secara parsial, tanpa mengkaji kontribusi simultan dari elemen *people, process, dan physical evidence* terhadap kepuasan pasien. Padahal, menurut Zeithaml et al. (2018), ketiga elemen tersebut saling berinteraksi dalam membentuk pengalaman layanan secara holistik. Maka, perlu penelitian yang mampu menganalisis pengaruh variabel-variabel tersebut secara terpadu dalam hal pelayanan klinik.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan pasien, penelitian tersebut umumnya menempatkan elemen *People* dan *Process* sebagai variabel yang berdiri sendiri, serta dilakukan dalam konteks rumah sakit yang memiliki struktur organisasi besar, pembagian peran yang jelas, dan proses pelayanan yang relatif tersegmentasi. Pada pendekatan ini menyisakan celah teoretis, karena belum menjelaskan secara memadai bagaimana interaksi intensif antara *People* dan *Process* membentuk pengalaman layanan dan

kepuasan pasien pada fasilitas pelayanan kesehatan berskala lebih kecil seperti klinik utama.

Pada konteks klinik, khususnya klinik utama mitra BPJS Kesehatan, intensitas interaksi antara pasien dan petugas pelayanan cenderung lebih tinggi, di mana tenaga medis dan non-medis sering menjalankan lebih dari satu fungsi sekaligus, serta terlibat langsung dalam keseluruhan alur pelayanan. Kondisi ini menyebabkan kualitas proses pelayanan sangat bergantung pada perilaku, kompetensi, dan responsivitas individu yang terlibat. Dengan demikian, kepuasan pasien tidak hanya dipengaruhi oleh keberadaan prosedur pelayanan, tetapi juga oleh bagaimana prosedur tersebut dijalankan oleh sumber daya manusia dalam situasi keterbatasan fasilitas dan tekanan antrean pelayanan.

Dari sisi metodologis, sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan model dan instrumen yang dikembangkan pada konteks rumah sakit, sehingga belum sepenuhnya mempertimbangkan karakteristik pelayanan klinik yang bersifat cepat, padat, dan berbasis antrean. Dengan meneliti dampak *People, Process, dan Physical Evidence* terhadap Kepuasan Pasien di tingkat klinik dan menyoroti dinamika interaksi *People-Process* sebagai pembentuk utama pengalaman layanan pasien, studi ini bertujuan untuk menutup kesenjangan teoretis dan metodologis ini. Diharapkan strategi ini akan menawarkan kontribusi konseptual terhadap kemajuan pemasaran layanan kesehatan yang lebih relevan dengan manajemen klinik primer dan lebih kontekstual.

2. Tinjauan Pustaka

Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Kotler dan Armstrong, *marketing mix* yaitu satu perangkat alat pemasaran yang dikelola secara strategis oleh suatu bisnis untuk mendapatkan tanggapan yang ingin didapat dari pasar sasaran. Gagasan ini meliputi setiap tindakan yang bisa dilakukan perusahaan untuk memengaruhi tingkat permintaan konsumen terhadap barang atau jasa yang disediakannya. Akibatnya, suatu bisnis harus menciptakan bauran pemasaran yang lebih komprehensif sebagai pedoman operasional setelah menetapkan strategi pemasaran (Poltak et al., 2021).

Bauran Pemasaran Jasa

Bauran pemasaran jasa merupakan perluasan dari konsep bauran pemasaran standar yang dikembangkan oleh McCarthy, khususnya 4P yang terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi. Gagasan ini dianggap tidak cukup dalam konteks pemasaran jasa untuk menggambarkan secara memadai kualitas jasa yang mudah rusak, bervariasi, tidak berwujud, dan tidak terpisahkan. Akibatnya, Booms dan Bitner (1981) memperluas gagasan bauran pemasaran jasa menjadi 7P dengan memasukkan unsur *People, Process, dan Physical Evidence* sebagai komponen pemasaran jasa yang penting.

People dalam Pemasaran Jasa

Dalam pemasaran jasa, kualitas karyawan yang menawarkan jasa memiliki dampak signifikan terhadap kemampuan bisnis untuk menarik dan mempertahankan klien. Karena jasa bersifat tidak berwujud, petugas pelayanan memiliki peran penting dalam meyakinkan pelanggan mengenai nilai dan kualitas layanan yang ditawarkan (Fatihudin & Firmansyah, 2020).

Process dalam Pemasaran Jasa

Process dalam pemasaran jasa mencerminkan seluruh rangkaian mekanisme, metode, dan alur kegiatan yang dipergunakan untuk menyampaikan layanan kepada pelanggan (Vinet & Zhedanov, 2011). Kotler (2018) dalam Setianto et al. (2020) menjelaskan bahwa tahapan memperlihatkan bagaimana organisasi mencukupi kebutuhan pelanggan, mulai dari saat pelanggan melakukan permintaan hingga layanan tersebut diterima secara penuh. Maka dari itu, proses layanan tidak hanya mencakup aktivitas operasional, tapi juga sistem yang dirancang untuk menciptakan pengalaman layanan yang berkualitas bagi pelanggan.

Physical Evidence dalam Pemasaran Jasa

Physical Evidence dalam pemasaran jasa mengacu pada semua unsur fisik yang bisa dicermati oleh pelanggan dan berperan dalam membentuk persepsi terhadap kualitas layanan. Zeithaml (2010) dalam Sanjaya dan Yulianty (2017) menjelaskan bahwa *physical evidence* memiliki pengaruh nyata terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan suatu jasa. Unsur-unsur seperti bangunan, peralatan, perlengkapan, warna, logo, serta berbagai media pendukung layanan merupakan bagian dari bukti fisik yang membantu pelanggan menilai kualitas jasa yang ditawarkan.

Kepuasan Pelanggan (Pasien)

Tjiptono mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan dapat dijelaskan melalui tiga pendekatan utama (Wadud, 2018). *Pertama, Contrast Theory*, yang menyatakan bahwa pelanggan membandingkan kinerja aktual produk atau jasa dengan harapan sebelum pembelian. Jika kinerja yang dirasakan mencukupi atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasakan puas, sedangkan ketidaksesuaian yang negatif akan menimbulkan ketidakpuasan. *Kedua, Assimilation Theory*, yang menjelaskan bahwa pelanggan cenderung menyesuaikan persepsinya terhadap kinerja layanan agar tetap sejalan dengan harapan awal, sehingga perbedaan kecil antara harapan dan kenyataan sering kali dapat diterima. *Ketiga, Assimilation-Contrast Theory*, yang menyebutkan ketika selisih antara harapan dan kinerja masih dalam batas yang dapat diterima, pelanggan akan melakukan penyesuaian persepsi, namun jika selisih tersebut terlalu besar, maka pelanggan akan merasakan perbedaan secara lebih tajam, baik ke arah positif maupun negatif.

3. Metode

Penelitian ini dilaksanakan di Klinik X Palembang yang berlokasi di Jl. Kelapa Hijau III, Talang Kelapa, Kecamatan Alang-Alang Lebar, Kota Palembang, Sumatera Selatan, pada periode Oktober hingga November 2025. Populasi penelitian mencakup seluruh pasien yang menerima pelayanan di klinik tersebut pada periode penelitian, baik pasien lama maupun baru, dengan jumlah total 148 orang berdasarkan data kunjungan. Mengingat ukuran populasi yang relatif kecil dan seluruh anggotanya dapat dijangkau, penelitian ini menggunakan teknik total sampling (sampel jenuh), sehingga seluruh populasi dijadikan responden. Pendekatan ini dipilih untuk meminimalkan kesalahan pengambilan sampel dan memperoleh gambaran kepuasan pasien secara menyeluruh. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data primer dan sekunder, di mana data primer diperoleh melalui penyebaran

kuesioner kepada pasien, sedangkan data sekunder berasal dari buku, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner daring berbasis skala Likert lima poin untuk mengukur persepsi pasien, dengan potensi bias respon yang diminimalkan melalui penggunaan instrumen berbasis indikator teoritis yang telah teruji serta pelibatan seluruh populasi pasien pada periode penelitian.

4. Hasil Dan Pembahasan

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

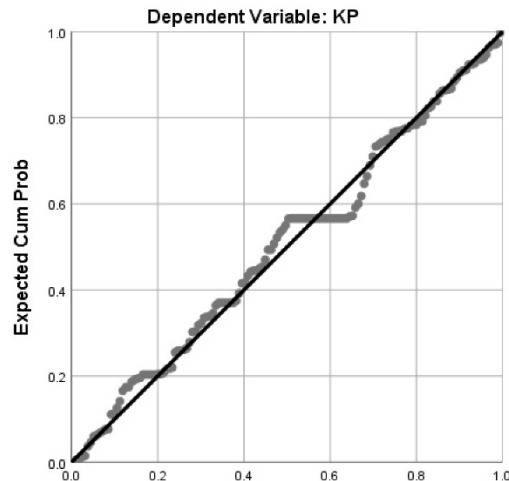
Penggunaan uji Kolmogorov-Smirnov dipilih karena jumlah sampel dalam penelitian ini tergolong memadai sehingga uji ini dianggap sesuai untuk menilai sebaran residual secara statistik. Model regresi dinyatakan memenuhi asumsi normalitas apabila nilai signifikansi (Asymp. Sig.) lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara distribusi residual dengan distribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		148
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,86175698
Most Extreme Differences	Absolute	0,82
	Positive	0,82
	Negative	-0,066
Test Statistic		0,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.016 ^c

Sumber : Data diolah SPSS Versi 25 (2025)

Hasil uji normalitas residual menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,016, yang secara statistik nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual tidak berdistribusi normal secara statistik. Namun demikian, mengingat jumlah sampel dalam penelitian ini relatif besar, yaitu 148 responden, maka berdasarkan Central Limit Theorem, penyimpangan terhadap asumsi normalitas residual masih dapat ditoleransi. Dengan ukuran sampel yang besar, model regresi linier tetap dapat digunakan karena estimasi koefisien regresi cenderung stabil dan tidak bias (Islam, 2018).

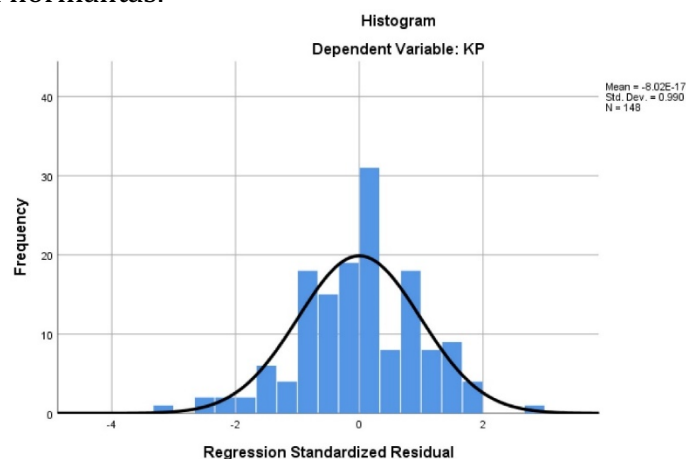


Gambar 1. Probability Plot
Sumber: Hasil Olah Data SPSS V25 (2025)

Dari hasil uji normalitas menggunakan *Normal Probability Plot (P-P Plot)*, Gambar 1 terlihat bahwa titik-titik data residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Pola penyebaran tersebut menunjukkan bahwa distribusi residual cenderung mendekati distribusi normal.

Tidak terlihat adanya penyimpangan yang signifikan atau pola tertentu yang menjauh secara ekstrem dari garis diagonal. Hal ini mengindikasikan bahwa residual pada model regresi memiliki distribusi yang relatif normal, sehingga asumsi normalitas residual secara visual telah terpenuhi.

Dengan demikian, berdasarkan pengujian normalitas secara grafis melalui Probability Plot, bisa diterangkan bahwa model regresi di dalam penelitian ini layak digunakan untuk analisa selanjutnya, karena tidak menunjukkan pelanggaran serius terhadap asumsi normalitas.



Gambar 2. Histogram
Sumber: Hasil Olah Data SPSS V25 (2025)

Distribusi data residual berbentuk lonceng dan kira-kira simetris terhadap nol, menurut temuan uji normalitas menggunakan histogram residual terstandarisasi pada Gambar 2 Ini menunjukkan bahwa residual terdistribusi secara merata ke kiri dan kanan, dengan sebagian besar berada di sekitar nilai rata-rata.

Selain itu, residual terstandarisasi dengan baik karena nilai rata-rata residual mendekati nol dan deviasi standar sekitar satu. Residual dalam model regresi kira-kira terdistribusi normal karena tidak ada penyimpangan signifikan atau pola distribusi yang terlihat.

Oleh karena itu, asumsi normalitas residual dalam penelitian ini dapat dianggap terpenuhi berdasarkan uji normalitas grafis menggunakan histogram, sehingga model regresi sesuai untuk analisis lebih lanjut.

Uji Multikolinearitas

Tabel coefisiensi dapat digunakan untuk menguji multikolinieritas pada suatu model. Jika nilai faktor perbedaan inflasi (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai tolerabilitas tidak kurang dari 0,1, maka data dianggap terbebas dari multikolinieritas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,369	1,545		2,828	0,005		
	PE	0,308	0,095	0,234	3,255	0,001	0,681	1,469
	PR	0,230	0,059	0,293	3,875	0,000	0,616	1,624
	PHE	0,242	0,056	0,323	4,348	0,000	0,636	1,573

a. Dependent Variable: KP

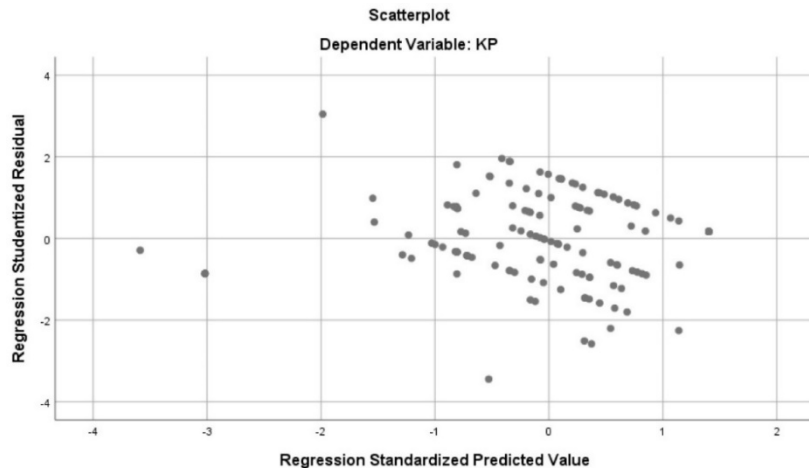
Sumber: Hasil Olah Data SPSS V25 (2025)

Semua variabel independen dalam penelitian ini *People* (PE), *Process* (PR), dan *Physical Evidence* (PHE) memiliki nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai faktor inflasi varians (VIF) kurang dari 10,00, menurut temuan uji multikolinearitas yang ditampilkan pada Tabel 4.10.

People, *Process*, dan *Physical Evidence* semuanya memiliki nilai VIF masing-masing sebesar 1,469, 1,624, dan 1,573. Semua nilai ini jauh di bawah ambang batas VIF yang krusial yaitu 10,00. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki hubungan linier yang kuat, yang mengindikasikan bahwa multikolinearitas tidak ada dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Pendekatan scatterplot digunakan dalam penelitian ini untuk menilai heteroskedastisitas. Jika scatterplot tidak menunjukkan pola tertentu, model regresi dikatakan bebas dari heteroskedastisitas.

**Gambar 3.** Scatter Plot

Sumber: Hasil Olah Data SPSS V25 (2025)

Titik-titik data terdistribusi secara acak di atas dan di bawah nol pada sumbu vertikal, sesuai dengan temuan uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot antara Nilai Prediksi Standar Regresi dan Residual Studentisasi Regresi. Tidak ada pola khusus, seperti pola gelombang meruncing, melebar, atau teratur, yang terbentuk oleh pola distribusi ini.

Uji Hipotesis

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Tes ini diperlukan untuk memastikan apakah variabel dependen, kepuasan pasien, sedikit banyak dipengaruhi oleh variabel independen, yaitu orang, proses, dan bukti fisik. Temuan tes-t dari pengolahan data adalah sebagai berikut.

Tabel 5. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,369	1,545		2,828	0,005
	PE	0,308	0,095	0,234	3,255	0,001
	PR	0,230	0,059	0,293	3,875	0,000
	PHE	0,242	0,056	0,323	4,348	0,000

a. Dependent Variable: KP

Sumber: Hasil Olah Data SPSS V25 (2025)

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 5, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu *People* (PE), *Process* (PR), dan *Physical Evidence* (PHE), memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat Kepuasan Pasien (KP).

Dengan nilai t yang dihitung sebesar 3,255 dan koefisien regresi sebesar 0,308, temuan uji t menunjukkan bahwa variabel *People* (PE) memiliki nilai signifikansi 0,001, yang kurang dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa

kepuasan pasien dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh orang. Akibatnya, diyakini bahwa orang memiliki dampak pada kepuasan pasien.

Selain itu, variabel *Process* (PR) memiliki koefisien regresi sebesar 0,230, nilai *t* yang dihitung sebesar 3,875, dan nilai signifikansi 0,000, yang kurang dari 0,05. Premis bahwa Proses memengaruhi Kepuasan Pasien diterima karena data ini menunjukkan bahwa Proses memiliki dampak positif dan signifikan pada Kepuasan Pasien.

Dengan nilai signifikansi 0,000, yang kurang dari 0,05, nilai *t* terhitung sebesar 4,348, dan koefisien regresi sebesar 0,242, variabel *Physical Evidence* (PHE) juga memiliki pengaruh yang menguntungkan dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Oleh karena itu, dapat diterima bahwa bukti nyata mempengaruhi kepuasan pasien. Kepuasan pasien Klinik X di Palembang sangat dipengaruhi oleh masing-masing dari tiga faktor independen, menurut hasil uji parsial.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menilai apakah variabel independen *People* (PE), *Process* (PR), dan *Physical Evidence* (PHE) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, Kepuasan Pasien (KP). Tabel berikut menampilkan temuan uji F.

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	496,748	3	165,583	46,797	.000 ^b
	Residual	509,522	144	3,538		
	Total	1006,270	147			
a. Dependent Variable: KP						
b. Predictors: (Constant). PHE. PR. PE						

Sumber : Hasil Olah Data SPSS V25 (2025)

Nilai F-hitung adalah 46,797 dengan nilai signifikansi 0,000, yang kurang dari tingkat signifikansi 0,05, menurut hasil uji simultan (uji F) yang ditampilkan pada Tabel 6. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel dependen Kepuasan Pasien (KP) secara signifikan dipengaruhi secara simultan oleh variabel *People* (PE), *Process* (PR), dan *Physical Evidence* (PHE).

Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini mampu menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat secara bersama-sama. Dengan demikian, hipotesis yang mengungkapkan *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien diterima.

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui dampak dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel dependen dan variabel lainnya diasumsikan memiliki hubungan linier dalam model regresi ini.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4,369	1,545		2,828	0,005
	PE	0,308	0,095	0,234	3,255	0,001
	PR	0,230	0,059	0,293	3,875	0,000
	PHE	0,242	0,056	0,323	4,348	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

Sumber : Hasil Olah Data SPSS V25 (2025)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 7, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$KP = 4,369 + 0,308 PE + 0,230 PR + 0,242 PHE$$

Rumus tersebut menunjukkan bahwa variabel Orang (PE), Proses (PR), dan Bukti Fisik (PHE) memiliki dampak positif terhadap Kepuasan Pasien (KP). Kepuasan pasien berada pada angka 4,369 jika semua variabel independen dipertahankan konstan atau nol, sesuai dengan nilai konstanta 4,369.

People memiliki dampak positif dan substansial terhadap kepuasan pasien, menurut koefisien regresi variabel *People* (PE) sebesar 0,308 dan nilai signifikansi 0,001 (<0,05). Dengan demikian, jika semua faktor lain tetap sama, setiap peningkatan kualitas orang akan menghasilkan peningkatan kepuasan pasien sebesar 0,308 unit.

Selain itu, variabel *Process* (PR) menunjukkan dampak positif dan substansial terhadap kepuasan pasien dengan koefisien regresi 0,230 dan nilai signifikansi 0,000 (<0,05). Ini menyiratkan bahwa kepuasan pasien akan meningkat seiring dengan kualitas prosedur pelayanan. Dengan koefisien regresi sebesar 0,242 dan nilai signifikansi 0,000 (<0,05), variabel *Physical Evidence* (PHE) juga memiliki dampak yang menguntungkan dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini menunjukkan bahwa layanan lingkungan dan fasilitas fisik yang lebih baik membantu meningkatkan kepuasan pasien.

Berdasarkan nilai *Standardized Coefficients (Beta)*, diketahui bahwa variabel *Physical Evidence* ($\beta = 0,323$) memiliki pengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Pasien, diikuti oleh *Process* ($\beta = 0,293$) dan *People* ($\beta = 0,234$). Dengan demikian, meskipun seluruh variabel berpengaruh signifikan, *Physical Evidence* merupakan variabel yang memberikan kontribusi paling besar dalam meningkatkan Kepuasan Pasien di Klinik X Palembang.

Analisis Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinansi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konflik peran, ketidakjelasan peran dan stress kerja terhadap komitmen organisasional.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.703 ^a	0,494	0,483	1,881
a. Predictors: (Constant), <i>Physical Evidence</i> , <i>Process</i> , <i>People</i>				

Sumber : Hasil Olah Data SPSS V25 (2025)

Korelasi signifikan antara faktor independen *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* dengan variabel keterlibatan Kepuasan Pasien ditunjukkan oleh nilai R sebesar 0,703 yang diperoleh dari uji koefisien determinasi, yang ditampilkan pada Tabel 4.14.

Nilai R Square (R^2) sebesar 0,494 menunjukkan bahwa sebesar 49,4% variasi Kepuasan Pasien dapat dijelaskan oleh variabel *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* dalam model regresi. Sementara itu, sisanya sebesar 50,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini yang tidak diteliti.

Kemampuan model untuk menjelaskan varians dalam kepuasan pasien tetap pada tingkat yang baik setelah memperhitungkan jumlah variabel independen dalam model, seperti yang ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,483. Hal ini menunjukkan bahwa stabilitas dan presisi model regresi cukup memadai.

Selain itu, model regresi dianggap cukup akurat dalam memprediksi kepuasan pasien karena nilai *Standard Error of the Estimate* sebesar 1,881 menunjukkan tingkat kesalahan prediksi model yang relatif rendah.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran jasa yang direpresentasikan oleh variabel *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* memiliki peran penting dalam membentuk Kepuasan Pasien di Klinik X Palembang.

- People* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien. Temuan ini menunjukkan bahwa kompetensi, sikap, dan kemampuan komunikasi petugas pelayanan berperan penting dalam membentuk pengalaman layanan yang dirasakan oleh pasien.
- Process* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien. Hal ini mengindikasikan bahwa kejelasan alur pelayanan, ketepatan waktu, serta kemudahan prosedur pelayanan turut menentukan tingkat kepuasan pasien, khususnya dalam konteks klinik mitra BPJS Kesehatan.
- Physical Evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien serta merupakan variabel yang paling dominan. Temuan ini menegaskan bahwa kondisi fasilitas fisik, kenyamanan lingkungan, dan penataan ruang pelayanan menjadi faktor utama dalam membentuk persepsi pasien terhadap kualitas pelayanan klinik.
- People*, *Process*, dan *Physical Evidence* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien merupakan hasil dari keterpaduan berbagai elemen pemasaran jasa, dengan

Physical Evidence sebagai faktor utama yang didukung oleh kualitas *People* dan *Process*.

6. Daftar Pustaka

- Ahyar, H., et al. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020.
- Anisa Raudatul, U., Ernawati, dan Andi Safutra, S. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Layanan Kesehatan Di Rumah Sakit." *Journal Of Telenursing* 6, Nomor 2 (2024): 1–23.
- Arismen, A., Sulistiadi, W., dan Sjaaf, A. C. (2019). "Strategi Bauran Pemasaran Pelayanan Kesehatan RSD Kol. Abundjani Bangko di Era Jaminan Kesehatan Nasional (JKN)." *Jurnal ARSI: Administrasi Rumah Sakit Indonesia* 5, No. 2 (2019): 3.
- Aurelius Gonaldy, V., Wartiningsih, M., dan Daniel Messakh, B. "Analisis Marketing Mix 4P Terhadap Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Jalan Poli Bedah Umum Rumah Sakit Umum Daerah Dr. Mohamad Soewandhie". *Journal of Multidisciplinary Research and Development* 6, No. 1 (2023): 1–8.
- Azwar, S. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar, 2017.
- Badan Pusat Statistik Kota Palembang, 2025. Jumlah Rumah Sakit Umum, Rumah Sakit Khusus, Puskesmas, Klinik Pratama, dan Posyandu Menurut Kecamatan di Kota Palembang, 2024. Palembang: Badan Pusat Statistik Kota Palembang.
- Budiman, C., & Achmadi, H. "The Effect of Marketing Mix on Patients' Satisfaction and Loyalty in Hospital Inpatients." *Bulletin of Management and Business* 6, No. 1 (2025): 38–46.
- Citra, N. P., et al. "Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Rawat Jalan Pada Upt . Rsud Labuang Baji Dinas Kesehatan Tingkat I Prov . Sulawesi Selatan." *Journal of Global and Multidisciplinary* 2, No.11 (2024): 5-8.
- Fahmi, S., & Supardi. "Impact of Marketing Mix on Patient Perception and Loyalty." *Journal of Islamic and Muhammadiyah Studies* 6, No.2 (2024).
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. "Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)." In *Angewandte Chemie International Edition* 6, No.11 (2020).
- Hidayat, A. "Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser." www.statistikian.com. Diakses pada Kamis 11 September 2025. <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-heteroskedastisitas.html>
- Hidayat, A. "Tutorial Uji Multikolinearitas Dan Cara Baca Multikolinearitas." www.statistikian.com. Diakses pada Kamis 11 September 2025. <https://www.statistikian.com/2016/11/uji-multikolinearitas.html>
- Islam, M. R. "Sample size and its role in Central Limit Theorem (CLT)." *International Journal of Physics and Mathematics* 1 (2018): 37–46.
- Islamiyah, M. N. Al, & Wuisan, D. S. S. "How to cite: Analyzing the Impact of Marketing Mix and Hospital Brand Image on Patient Satisfaction and Loyalty: A Study at XYZ Maternity Hospital." *Eduvest- Journal of Universal Studies* 4 No. 10 (2024).
- Kementrian Kesehatan, 2024. "Profil Kesehatan Indonesia 2023." Jakarta: Kementrian Kesehatan RI.
- Manap, A., et al. "Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar Dan Strategi)." In *Angewandte Chemie International Edition*, 6 (11), 2021: 951–952.

- Mutia, M., & Pujiyanto. "Application Of The 7p Mix Marketing On Patient Satisfaction At Hospitals." *Malahayati Nursing Journal* 4, No. 9 (2022).
- Nalendra, A. R. A. at al. *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS*. Bandung: Penerbit CV Media Sains Indonesia, 2021.
- Nur, A., Ratu, T., & Kurnaesih, E. "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Klinik Utama DOI 79 Bantayan." *Journal Of Aafiah Health Reseach (JAHR)*, 5 (2), 2024.
- Octivanny, B. G. C., & Berlianto, M. P. "The effect of service marketing mix towards patient satisfaction and its impact to word of mouth and revisit intention at Kania Dental Clinic through service marketing mix." *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 2022.
- Paradilla, M., & Janna, N. M. "Pengaruh Marketing Mix dan Patient Experience Melalui Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Umum di Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Stella Maris Makassar." *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 2(4), 2023.
- Pattanapong, C., at al. "Effect of the service marketing mix (7Ps) on patient satisfaction for clinic services in Thailand." *International Journal of Business, Marketing and Communication* 1(13), 2021: 1–12.
- Pitaloka, D. R., & Harianto, E. "The Effect of Marketing Mix, Elements of Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence on Patient Satisfaction At Ananda Srengat Hospital Blitar." *Dijemss* 6(4), 2025.
- Poltak, H., at al. "Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi Pada Era Digital)." In *Cv. Media Sains Indonesia* (Issue September 2021).
- Rindu, R., at al. "The 7Ps Marketing Mix in Hospital Services : A Systematic Mapping of Applications Through a Scoping Review." 11(1), 91–102.
- Ringkuangan, R., Kolibu, F., & Mandagi, C. "Hubungan Antara Bauran Pemasaran dengan Loyalitas Pasien Poliklinik Eksekutif Sentra Medika Hospital Minahasa Utara." *Jurnal Kesehatan Masyarakat Universitas Sam Ratulangi*, 14(1), 2025: 23–31.
- Riskiyah, R. "The Reason for the Patient Choosing Umm Hospital." *Journal of Management and Business*, 20(1), 2021: 14–22.
- Salmaa. "Definisi Operasional: Pengertian, Ciri-ciri, Contoh, dan Cara Menyusunnya." www.penerbitdeepublish.com. <https://penerbitdeepublish.com/definisi-operasional/>
- Suryana. *Metodologi Penelitian : Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Universitas Pendidikan Indonesia, 2017: 1–243.
- Syafrida Hafni Sahir. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2022.
- Tiffany, & Berlianto, M. P. "The effect of the 7Ps service marketing mix towards patient loyalty through patient satisfaction as a meditating effect in X Hospital." *Intisari Sains Medis*, 15(3), 2024.
- Wadud, M. "Bauran Pemasaran Jasa (3P: People, Process & Physical Evidence) Bagi Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(1), 2018:21–29.
- Wijaya, A. B., & Lahindah, L. "The Influence Of Product, Price, Place, Promotion, People, Process And Physical Evidence On General Patient Satisfaction In The Inpatient Unit Of The Elim Hospital In Rantepao, North Toraja Regency." 04(07), 2024: 1–9.

Marhamah & Wadud (2026)

Yuliza, W. T., & Gusrianti, G. *"Marketing Mix dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit."* Jik Jurnal Ilmu Kesehatan, 9(1), 2025.