

DAFTAR PUSTAKA

- Agusrinal, D. D. (2014). Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan. *Jurnal Sains, Teknoligi Dan Industri*, 11(2), 175–184.
- Alissa, Y. H. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Proses Penyewaan Ondel-Ondel Pada Sanggar Seni Betawi Mamit Cs Di Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 10–31.
- Ananda Reza Jumaidi, Bahar Siring, N. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Coca-Cola Di Makassar*. 4(1), 1–23.
- Annisaa Putri Azzahra Nst, Fitri Tia Ananda, Lily Nur Indahsari, S. (2022). Global Marketing Decision (Keputusan Pemasaran). *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 2(1), 2003–2005.
- Astarika, G. A., Satar, Y. P., & Trigono, A. (2021). Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Dan Karakteristik Pasien Antenatal Care (Anc) Terhadap Minat Melahirkan Di Rsau Dr. Esnawan Antariksa Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021. *Jurnal Manajemen Dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (Marsi)*, 5(2), 156–163. <https://doi.org/10.52643/Marsi.V5i2.1590>
- Astrina, T. D., Rahmatullah, S., Zuhana, N., & Agustin, W. (2021). Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Tingkat Kunjungan Pasien Umum Rawat Jalan Di Rsu Aro Pekalongan Tahun 202. *Journal Systems Sif Muhammadiyah Cirebon*, 6(1), 65–74.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Berita Resmi Statistik Hasil Sensus Penduduk 2020. *Bps.Go.Id*, 27, 1–52. <https://papua.bps.go.id/pressrelease/2018/05/07/336/Indeks-Pembangunan-Manusia-Provinsi-Papua-Tahun-2017.html>
- Bayty, D. N., & Ramlan, H. (2022). Layanankesehatan Pada Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Umum ‘ Aisyiyah St . Khadijah Kabupaten Pinrang The Relationship Between Marketing Mix And The Decision To The Choose Health Services For Inpatients At The General Hospital ‘ Aisyiyah St . Khadijah , Pinr. *Jurnal Ilmiah Manusia Dan Kesehatan*, 5(1).
- Booms, B.H., Bitner, M.J., 1981. *Marketing strategies and organization structures for service firms*. In: Donnelly, J.H., George, W.R. (Eds.), *Marketing of Services*. American Marketing Association, Chicago, IL, pp. 47–51
- Christiawan, E. M. (2022). Strategi Pemasaran Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Hotel Amaris Teuku Umar Marketing Strategies During The Covid-19. *Jurnal Mahasiswa Pariwisata Dan Bisnis*, 01(01), 197–205.
- Di, S., & Jayasari, I. K. M. (2022). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Pikset Dengan Metode Ahp Dan Swot Di Ikm Jayasari*

Ciamis. 08(02), 139–151.

- Fathurrochman, I., Endang, Bastian, D., Ameliya, M., & Suryani, A. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas. *Islamic Education Manajemen*, 6(1), 1–12.
- Gomoi, N. J., Tampi, J. R. E., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pengalaman Konsmen Terhadap Kepuasan Konsumen (Pasien) Rawat Inap Irina C Rumah Sakit Umum Pusat. *Productivity*, 2(6), 507–510.
- Haerisma, A. S. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 91. <https://doi.org/10.24235/Amwal.V10i1.2831>
- Hayati, Y. S., Sandra, C., & Herawati, Y. T. (2018). Hubungan Antara Bauran Pemasaran Dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Daerah Kalisat Kabupaten Jember Tahun 2017. *Ikesma*, 14(1), 45. <https://doi.org/10.19184/Ikesma.V14i1.10406>
- Hurriyaty, Ratih. 2010. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung : Alfabeta.
- Irmawati. (2014). Manajemen Pemasaran Di Rumah Sakit. In *Buku Ajar: Pedoman Praktis SI Administrasi Rumah Sakit*. Institut Ilmu Kesehatan University Press. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=8x2dbgaaqbj&oi=fnd&pg=pr1&dq=irmawati+a.2015.manajemen+pemasaran+di+rumah+sakit&ots=Xb5x38lhs4&sig=Xos9kx0ao8ybjorurjmmp_gsv9a&redir_esc=y#v=onepage&q=irmawati+a.2015.manajemen+pemasaran+di+rumah+sakit&f=false
- Iskandar, D., Irham, M. I., & Arif, M. (2021). Analisis Keputusan Menginap Konsumen Berbasis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) : Studi Pada Garuda Plaza Hotel Medan Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 387–401.
- Karnelis. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Kosumen Menggunakan Jasa Hotel Kartika Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 719–728.
- Kartikasari, N., & Sulistiadi, W. (2022). Analisis Stp Dan Strategi Marketing Mix Pelayanan Gigi Dan Mulut Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Rsgm Yarsi. *Jurnal Medika Utama*, 03(01), 402–406.
- Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor : 129/Menkes/Sk/Ii/2008, 1 (2008). http://www.desarrollosocialyfamilia.gob.cl/storage/docs/informe_de_desarrollo_social_2020.pdf<http://revistas.ucm.es/index.php/cuts/article/view/44540/44554>

- Kemenkes. (2020). Profil Kesehatan Indonesia 2020. In *Kementerian Kesehatan Republik Indonesia*. <https://doi.org/10.1524/itit.2006.48.1.6>
- Khotiza Anisa, Wildan Izzaty, Hari Setiawan Saragih, S. (2022). Strategi Pemasaran Global Dan Riset Pasar Terhadap Penjualan Batik Dalam Menghadapi Persaingan (Studi Kasus Industri Batik Tulis Giriloyo). *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 2(4), 1–6.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1. In *Manajemen Pemasaran* (Vol. 7, P. 1835).
- Kristiutami, Y. P. (2021). Strategi Pemasaran Hotel Grand Asrilia Di Masa Pandemi Covid-19. *Media Wisata*, 19(1), 1–10. <https://doi.org/10.36276/Mws.V19i1.61>
- Leawaty, & Sulistiadi, W. (2018). Hubungan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dengan Loyalitas Pelanggan : Systematic Review Relationship Of Marketing Mix With Customer Loyalty : Systematic Review Oleh Karena Itu Organisasi Jasa Harus Secara Jelas Atau Kunjungan Rawat Jalan Atau Rawat Ina. *Jurnal Arsi/*, 5, 16–24.
- Lestari, I. H. M. A. (2022). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Gofood Di Kota Bandung. *E-Proceeding Of Management*, 24(1), 15–26.
- Lubis, A. I., Aulia, D., & Nasution, S. S. (2021). The Influence Of Hospital Marketing Mix On Inpatient Loyalty In Sarah Medan General Hospital. *European Journal Of Molecular & Clinical Medicine*, 08(04), 187–192.
- Mahara, E. (2021). Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Minat Kunjung Ulang Pasien Umum Di Rsu Mitra Medika Amplas Medan. *Jurnal Rekam Medic*, 4(1), 26–38.
- Makawimbang, R. W., Korompis, G. E. C., & Mandey, S. L. (2020). Faktor-Faktor Marketing Mix Yang Berhubungan Dengan Keputusan Pasien Memilih Rawat Inap Rumah Sakit Manembo-Nembo Bitung. *Sam Ratulangi Journal Of Public Health*, 1(2), 061. <https://doi.org/10.35801/Srjoph.V1i2.32293>
- Makmur & Saprijal. (2015). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian). *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 3(1), 41–56.
- Malawat, R., Abdullah, R., & Nurlinda, A. (2019). Pengaruh Beban Kerja Dan Stress Kerja Melalui Kelelahan Kerja Terhadap Kinerja Perawat Di Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Islam Faisal Makassar. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Diagnosis*, 14(3), 306–312. <https://doi.org/10.35892/Jikd.V14i3.246>
- Martinus Hanandito Nugroho Pratomo Linggo & Innocentius Bernarto. (2021). Pengaruh People, Physical Evidence, Process Dan Price Fairness Terhadap Patient Satisfaction Di Klinik Linggo Gitohusodo, Jakarta Selatan. *Ilmiah*

- Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 9(2), 778–794.
<https://Ejournal.Unsrat.Ac.Id/Index.Php/Jmbi/Article/View/32638>
- Meilda, Y., Hamdani, I., & Triwoelandari, R. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Al-Amin Islamic Store Laladon Bogor). *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 274–290.
- Mutia, M., & Pujiyanto, P. (2022). Literature Review: Application Of The 7p Mix Marketing On Patient Satisfaction At Hospitals. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 11677–11686.
- Nurkumala Asih, A., Devis, Y., & Abidin, A. R. (2021). Analisis Bauran Pemasaran Di Rumah Sakit Pekanbaru Medical Center (Pmc) Kota Pekanbaru Tahun 2020. *Media Kesmas (Public Health Media)*, 1(2), 402–409. <https://doi.org/10.25311/Kesmas.Vol1.Iss2.77>
- Nurlina, F., & Sasari, U. (2022). Marketing Mix, Implementation Of Marketing Strategies In Health Services: Literature Review. *Healthcare Nursing Journal*, 4(1), 260–264. <https://doi.org/10.35568/Healthcare.V4i1.1871>
- Nurngaeni, A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus Pada Home Industry Subama Batik Kroya-Cilacap). *Manajemen Dan Ekonomi*, 4(2), 192–202.
- Oktarina, S. (2017). Determinan Minat Pemanfaatan Ulang Pelayanan Rawat Jalan Di Puskesmas Air Dingin Kota Padang. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 11(78), 180–194.
<http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>
- Omega Dr. (2021). Pengaruh Tempat , Sumber Daya Manusia Dan Promosi Terhadap Mutu Pelayanan Serta Dampaknya Pada Keputusan Pasien Memilih Pelayanan Kesehatan Di Klinik Nmc Dapat Digambarkan Penduduk Indonesia. *Jurnal Antara Keperawatan*, 4(3), 110–120.
- Parendreng, Tasnim, & Kamalia, L. O. (2019). Kontribusi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Untuk Memilih Layanan Kesehatan Di Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Kolaka Timur. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 9(2), 159–169.
- Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 30 Tahun 2019 Tentang Klasifikasi Dan Perizinan Rumah Sakit, Nomor 65 Permenkes 2004 (2019). <https://peraturan.bpk.go.id/>
- Pratiwi, R. D. (2019). Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Loyalitas Pasien Di Unit Rawat Inap Rs Dr.Tadjuddin Chalid Kota Makassar. *Jurnal Penelitian Kesehatan Pelamonia Indonesia*, 2(1), 1–9.
- Purnama, R., & Sari, I. (2021). Pengaruh Persepsi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Memilih Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Ibu Anak Limijati Bandung. *Jurnal Infokes (Informasi Kesehatan)*, 5(1), 64–73.

- Putro, W. P., Alhazami, L., & Shanti, L. (2022). Strategi Pemasaran Sepeda Pacific Di Toko L Makmur. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 40–50.
- Reski, K., & Rabbani, S. (2017). Jimkesmas Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kesehatan Masyarakat Vol. 2/No.5/ Januari 2017; Issn 250-731x , Hubungan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dengan keputusan Pasien Rawat Inap Memilih Layanan Kesehatan Di Rumah Sakit Umum Bahteramasprovinsi Sulawesi Tenggara. *Jimkesmas*, 2(5), 1–14.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan, (2009).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2009 Tentang Rumah Sakit, 1 (2009).
- Safi, A., & Sulistiadi, W. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pasien Yang Diperoleh Dari Tingkat Kunjungan Pasien Ke Rumah Sakit : Literature Review Effect Of Marketing Mix On Patient Satisfaction Obtained From The Rate Of Patient Visits To The Hospital: Literature Review. *Jurnal Ars*, 7(1), 1–9.
- Sara, F. M., Ningsih, C., & Andari, R. (2017). Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Café Infinito Culinary Bandung. *The Journal Gastronomy Tourism*, 4(1), 6–18. <https://doi.org/10.17509/Gastur.V4i1.22181>
- Saragih, M., Pardede, J. A., & Sijabat, F. (2017). Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Yang Berhubungan Dengan Kepuasan Pasien. *Idea Nursing Journal*, Viii(2), 1–7.
- Setiani, T. (2017). Kualitas Pelayanan Kesehatan Pada Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskesmas) Remaja Di Kelurahan Sungai Pinang Dalam. *Ejournal Ilmu Pemerintahan*, 5(2), 673–686. [https://ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/06/Tita Setiani \(06-08-17-11-11-08\).pdf](https://ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/06/Tita_Setiani_(06-08-17-11-11-08).pdf)
- Shalamah, U. H., & Indrawati, F. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Kunjungan Ulang Di Balai Kesehatan. *Higeia Journal Of Public Health*, 5(1), 145–157.
- Sibarani, T., & Riani, A. L. (2017). The Effect Of Health Service Quality And Brand Image On Patients Loyalty, With Patients Satisfaction As Mediating Variable (A Study In Vip Ward Of Prof. Dr R Soeharso Ortopedics Hospital In Surakarta). *Sebelas Maret Business Review*, 2(1). <https://doi.org/10.20961/Smbr.V2i1.12436>
- Supriyanto, S., & Ernawati. (2010). *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*. Andi. Yogyakarta.
- Suroto, B. (2015). Analisis Bauran Pemasaran Jasa Klinik Rawat Jalan Pada Rsud

Di Propinsi Riau. *Jurnal Daya Saing*, 1(3), 247–253.
<https://doi.org/10.35446/dayasaing.V1i3.32>

Susanti, N., Halin, H., & Kurniawan, M. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(1), 43–49.

Syafira, A., Trisna, S. Y., Wahyudi, A., & Efendi, A. S. (2021). Analisis Pemasaran Rumah Sakit Yang Berkaitan Dengan Marketing Mix Di Rumah Sakit Syafira Pekanbaru Tahun 2020. *Media Kesmas (Public Health Media)*, 1(3), 838–848.

Tethool, H., Ogotan, M., & Kolondam, H. (2019). Kepuasan Pelayanan Rawat Inap Rumah Sakit Umum Daerah Merauke Provinsi Papua. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 12–21.

Yuliantine, T., Indasah, I., & Siyoto, S. (2018). Analysis Of Marketing Mix Characteristics Of Marketing Factor 7p (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Building) To Patient Satisfaction Of Inpatient Patient Hospital Muhammadiyah Ahmad Dahlan Kediri City. *Journal For Quality In Public Health*, 1(2), 50–57.
<https://doi.org/10.30994/jqph.V1i2.17>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI RESPONDEN (*INFORMED CONSENT*)

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama :
Alamat :
No. Responden :

Menyatakan kesediaan untuk turut berpartisipasi menjadi responden penelitian yang dilakukan oleh Rewanty Silva, mahasiswa Program Studi Kesehatan Masyarakat Universitas Hasanuddin dengan judul **“Hubungan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) dengan Pemanfaatan Pelayanan Rawat Inap di RSU Bahagia Makassar”**.

Persetujuan ini saya buat secara sukarela, tanpa paksaan dan tekanan dari pihak manapun karena saya mengetahui bahwa keterangan yang akan saya berikan sangat besar manfaatnya bagi kelanjutan penelitian peneliti.

Makassar, Juli 2022

Responden,

(.....)



**ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN KESEHATAN
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

KUESIONER PENELITIAN

**HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) DENGAN
PEMANFAATAN PELAYANAN RAWAT INAP DI RSU BAHAGIA
MAKASSAR**

A. Karakteristik Responden

No. Responden	
Nama Responden	
Umur Responden Tahun
Kelas	1. I 2. II 3. III
Perawatan	1. Obgyn 2. Anak 3. Interna 4. Bedah 5. Saraf
Jenis Kelamin	1. Laki-laki 2. Perempuan
Pendidikan Terakhir	1. Belum Sekolah 2. Tidak Tamat SD 3. Tamat SD 4. Tamat SMP 5. Tamat SMA 6. Tamat Perguruan Tinggi
Pekerjaan	1. Tidak bekerja 2. IRT 3. PNS/TNI/POLRI 4. Pegawai Swasta 5. Wiraswasta/pedagang 6. Petani/nelayan 7. Lainnya.....
Sudah berapa kali memanfaatkan pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Umum Bahagia Makassar	a. 1 kali b. > 1 kali

Kami harap saudara (i) mengisi kuesioner ini dengan mengisi tanda (√) pada kolom penilaian yang telah disediakan sesuai dengan pilihan jawaban berikut :

B. Pemanfaatan Pelayanan

No.	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Saya percaya RSUD Bahagia Makassar memberikan pelayanan yang terbaik				
2.	Dimasa mendatang jika saya membutuhkan jasa pelayanan kesehatan saya akan memanfaatkan pelayanan di RSUD Bahagia Makassar				
3.	Saya akan menyatakan hal-hal positif mengenai RSUD Bahagia Makassar kepada keluarga/teman yang lain.				
4.	Saya dan keluarga tidak mempercayakan pelayanan yang ada di RSUD Bahagia Makassar				

C. Product (Produk)

No.	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Pelayanan kesehatan yang saya butuhkan tersedia di RSUD Bahagia Makassar				
2.	Dokter spesialis yang ada di RSUD Bahagia Makassar cukup lengkap sesuai dengan kebutuhan saya				
3.	Pelayanan penunjang lengkap (rontgen, USG, dan laboratoium) sehingga saya tidak perlu dirujuk ke rumah sakit lain untuk di				

	periksa				
4.	Pelayanan apotek lengkap sehingga saya tidak perlu membeli obat di luar				
5.	Ada pelayanan yang hanya bisa saya dapatkan di RSUD Bahagia Makassar, tidak di tempat lain				

D. Price (Harga)

No.	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Tarif pelayanan rawat inap di RSUD Bahagia Makassar terjangkau				
2.	Tarif sebanding dengan pelayanan yang diberikan				
3.	Tarif sesuai dengan fasilitas kamar yang ada				
4.	Tarif rawat inap lebih mahal dibandingkan dengan rumah sakit lain				

E. Place (Tempat)

No.	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Lokasi RSUD Bahagia Makassar mudah dijangkau				
2.	Fasilitas tempat parkir memudahkan keluarga pasien untuk parkir				
3.	RSUD Bahagia Makassar berada di posisi yang strategis dalam Kota Makassar				
4.	Mudah untuk menemukan lokasi RSUD Bahagia				

	Makassar				
--	----------	--	--	--	--

F. Promotion (Promosi)

No.	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Papan nama RSUD Bahagia Makassar mudah terlihat				
2.	Brosur/leaflet RSUD Bahagia Makassar sangat menarik				
3.	Informasi mengenai RSUD Bahagia Makassar mudah saya dapatkan melalui internet				
4.	Informasi mengenai Jenis Pelayanan dan Fasilitas RSUD Bahagia Makassar yang saya temukan pada brosur/leaflet maupun internet sudah lengkap				
5.	Informasi mengenai RSUD Bahagia Makassar saya dapatkan melalui keluarga/teman				

G. People (Orang)

No.	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Petugas RSUD Bahagia Makassar selalu bersikap ramah dan sopan kepada saya				
2.	Petugas rumah sakit berpenampilan menarik dan sopan				

3.	Perawat selalu tanggap jika ada keluhan				
4.	Dokter teliti dalam melakukan pemeriksaan				
5.	Petugas rumah sakit memberikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti				

H. *Process* (Proses)

No.	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Proses pendaftaran perawatan di RSUD Bahagia Makassar mudah dan tidak berbelit-belit				
2.	Saya tidak menunggu lama untuk dilayani saat masuk RSUD Bahagia Makassar				
3.	Dokter menjelaskan dengan jelas mengenai penyakit saya dan proses penyembuhannya				
4.	Saya tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan kamar inap				

I. Physical Evidence (Sarana Fisik)

No.	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Tampilan RSUD Bahagia Makassar menarik				
2.	Kamar inap nyaman				
3.	Kondisi toilet RSUD Bahagia Makassar bersih				
4.	Papan informasi dan papan tanda sudah memberikan petunjuk yang jelas				
5.	Alat-alat kesehatan yang digunakan dalam keadaan bersih dan lengkap				

Sumber : Modifikasi dari Sarah (2017) dan Ishak (2018).

Lampiran 2. Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT**
Jl. Perintis Kemerdekaan Km.10 Makassar 90245, Telp. (0411) 585658,
E-mail : fkmuh@unhas.ac.id, website: www.fkm.unhas.ac.id

Nomor : 7346/UN4.14.8/PT.01.04/2022
Hal : Izin Penelitian

1 Juli 2022

Yang Terhormat
Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan
Cq. Bidang Penyelenggara Pelayanan Perizinan
di – Tempat

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Hasanuddin bermaksud untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi. Sehubungan dengan itu, kami mohon kiranya bantuan Bapak kiranya dapat memberikan izin untuk penelitian kepada :

Nama : Rewanty Silva
Nim : K011181062
Program Studi : Kesehatan Masyarakat-S1
Departemen : Administrasi dan Kebijakan Kesehatan
Judul Tugas Akhir : **Hubungan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Dengan Pemanfaatan Pelayanan Rawat Inap di RSU Bahagia Makassar.**
Lokasi Penelitian : RSU Bahagia Makassar.
Pembimbing : 1. Muh. Yusri Abadi, S.KM.,M.Kes
2. Prof. Dr. H. Amran Razak, SE.,M.Sc

Atas bantuan dan kerjasama yang baik, kami sampaikan banyak terima kasih.



Dr. Sunah, S.KM., M.Kes
Ketua Program Studi S1 Kesehatan Masyarakat,

Dr. Sunah, S.KM., M.Kes
NIP. 197405202002122001

Tembusan :

1. Dekan FKM Unhas sebagai laporan
2. Para Wakil Dekan FKM Unhas
3. Para Pembimbing Skripsi



Lampiran 3. Surat Rekomendasi Penelitian (BKPMMD)



**PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
Makassar 90231

Nomor	: 4607/S.01/PTSP/2022	Kepada Yth.
Lampiran	: -	Direktur RSU. Bahagia Makassar
Perihal	: <u>Izin penelitian</u>	

di-
Tempat

Berdasarkan surat Deka Fak. Kesehatan Masyarakat UNHAS Makassar Nomor : 7346/UN4.14.8/PT.01.04/2022 tanggal 01 Juli 2022 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a	: REWANTY SILVA
Nomor Pokok	: K011181062
Program Studi	: Kesehatan Masyarakat
Pekerjaan/Lembaga	: Mahasiswa (S1)
Alamat	: Jl. P. Kemerdekaan Km. 10 Makassar

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DENGAN PEMANFAATAN PELAYANAN RAWAT INAP DI RSU BAHAGIA MAKASSAR "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **08 Juli s/d 08 Agustus 2022**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 04 Juli 2022

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



Ir. H. SULKAF S LATIEF, M.M.
Pangkat : PEMBINA UTAMA MADYA
Nip : 19630424 198903 1 010

Tembusan Yth
1. Deka Fak. Kesehatan Masyarakat UNHAS Makassar di Makassar;
2. *Pertinggal.*

Lampiran 4. Surat Keterangan Penelitian



Rumah Sakit Umum
Bahagia
Makassar

SURAT KETERANGAN

Nomor : 490/S.KET/RSU-B/MKS/IX/2022

Berdasarkan surat Dinas Penanaman Modal dan pelayanan terpadu satu pintu bidang penyelenggaraan pelayanan perizinan Nomor. 4607/S.01/PTSP/2022 Tanggal 04 Juli 2022, Direktur Rumah Umum Bahagia, Makassar menerangkan bahwa :

Nama : REWANTY SILVA
Nomor Pokok : K011181062
Program Studi : Kesehatan Masyarakat
Judul : **Hubungan Bauran Pemasaran (Marketing Mix)
Dengan Pemanfaatan Pelayanan Rawat Inap Di RSU
Bahagia Makassar**

Telah melakukan Penelitian di Rumah Sakit Umum Bahagia Makassar pada Tanggal 08 Juli s/d 08 Agustus 2022.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

17 September 2022
Direktur R. Umum Bahagia,

M. Mawati Dahlan, MM

Tembusan :

1. Dekan Fak. Kesehatan Masyarakat UNHAS Makassar
2. Arsip

Lampiran 5. Hasil Analisis Penelitian

1. Analisis Univariat

UMUR

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1-12 tahun	20	26.0	26.0	26.0
13-24 tahun	15	19.5	19.5	45.5
25-36 tahun	20	26.0	26.0	71.4
37-48 tahun	9	11.7	11.7	83.1
49-60 tahun	9	11.7	11.7	94.8
61-72 tahun	1	1.3	1.3	96.1
>72 tahun	3	3.9	3.9	100.0
Total	77	100.0	100.0	

KELAS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid I	19	24.7	24.7	24.7
II	20	26.0	26.0	50.6
III	38	49.4	49.4	100.0
Total	77	100.0	100.0	

PERAWATAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid obgyn	10	13.0	13.0	13.0
anak	20	26.0	26.0	39.0
interna	35	45.5	45.5	84.4
bedah	1	1.3	1.3	85.7
saraf	11	14.3	14.3	100.0
Total	77	100.0	100.0	

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	34	44.2	44.2	44.2
	perempuan	43	55.8	55.8	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

PEND. TERAKHIR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	belum sekolah	13	16.9	16.9	16.9
	tidak tamat SD	7	9.1	9.1	26.0
	tamat SD	2	2.6	2.6	28.6
	tamat SMP	5	6.5	6.5	35.1
	tamat SMA	37	48.1	48.1	83.1
	tamat Perguruan Tinggi	13	16.9	16.9	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

PEKERJAAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak bekerja	34	44.2	44.2	44.2
	IRT	12	15.6	15.6	59.7
	pegawai swasta	11	14.3	14.3	74.0
	wiraswasta/pedagang	13	16.9	16.9	90.9
	lainnya	7	9.1	9.1	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

BERAPA KALI MEMANFAATKAN PELAYANAN RI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 kali	31	40.3	40.3	40.3
	>1 kali	46	59.7	59.7	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

Pemanfaatan_Pelayanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	70	90.9	90.9	90.9
	Kurang	7	9.1	9.1	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

Product

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	69	89.6	89.6	89.6
	Kurang	8	10.4	10.4	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

Price

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sesuai	73	94.8	94.8	94.8
	Tidak Sesuai	4	5.2	5.2	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

Place

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mudah dijangkau	72	93.5	93.5	93.5
	Sulit dijangkau	5	6.5	6.5	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

Promotion

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	56	72.7	72.7	72.7
	Kurang	21	27.3	27.3	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

People

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	73	94.8	94.8	94.8
	Kurang	4	5.2	5.2	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

Process

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	73	94.8	94.8	94.8
	Kurang	4	5.2	5.2	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

Physical Evidence

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	66	85.7	85.7	85.7
	Kurang	11	14.3	14.3	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

2. Analisis Bivariat

Crosstab

			Pemanfaatan_Pelayanan		Total
			Baik	Kurang	
Product	Baik	Count	66	3	69
		% within Product	95.7%	4.3%	100.0%
		% within Pemanfaatan_Pelayanan	94.3%	42.9%	89.6%
		% of Total	85.7%	3.9%	89.6%
Product	Kurang	Count	4	4	8
		% within Product	50.0%	50.0%	100.0%
		% within Pemanfaatan_Pelayanan	5.7%	57.1%	10.4%
		% of Total	5.2%	5.2%	10.4%
Total		Count	70	7	77
		% within Product	90.9%	9.1%	100.0%
		% within Pemanfaatan_Pelayanan	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	90.9%	9.1%	100.0%

Product * Pemanfaatan_Pelayanan

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	18.078 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	12.976	1	.000		
Likelihood Ratio	11.143	1	.001		
Fisher's Exact Test				.002	.002
N of Valid Cases	77				

a. 1 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .73.

b. Computed only for a 2x2 table

Crosstab

			Pemanfaatan_Pelayanan		Total
			Baik	Kurang	
Price	Sesuai	Count	68	5	73
		% within Price	93.2%	6.8%	100.0%
		% within Pemanfaatan_Pelayanan	97.1%	71.4%	94.8%
		% of Total	88.3%	6.5%	94.8%
	Tidak Sesuai	Count	2	2	4
		% within Price	50.0%	50.0%	100.0%
		% within Pemanfaatan_Pelayanan	2.9%	28.6%	5.2%
		% of Total	2.6%	2.6%	5.2%
Total	Count	70	7	77	
	% within Price	90.9%	9.1%	100.0%	
	% within Pemanfaatan_Pelayanan	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	90.9%	9.1%	100.0%	

Price * Pemanfaatan_Pelayanan

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	8.544 ^a	1	.003		
Continuity Correction ^b	4.120	1	.042		
Likelihood Ratio	4.909	1	.027		
Fisher's Exact Test				.039	.039
N of Valid Cases	77				

a. 2 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .36.

b. Computed only for a 2x2 table

Crosstab

			Pemanfaatan_Pelayanan		Total
			Baik	Kurang	
Place	Mudah dijangkau	Count	68	4	72
		% within Place	94.4%	5.6%	100.0%
		% within Pemanfaatan_Pelayanan	97.1%	57.1%	93.5%
		% of Total	88.3%	5.2%	93.5%
	Sulit dijangkau	Count	2	3	5
		% within Place	40.0%	60.0%	100.0%
		% within Pemanfaatan_Pelayanan	2.9%	42.9%	6.5%
		% of Total	2.6%	3.9%	6.5%
Total	Count	70	7	77	
	% within Place	90.9%	9.1%	100.0%	
	% within Pemanfaatan_Pelayanan	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	90.9%	9.1%	100.0%	

Place * Pemanfaatan_Pelayanan

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	16.769 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	10.828	1	.001		
Likelihood Ratio	9.287	1	.002		
Fisher's Exact Test				.004	.004
N of Valid Cases	77				

a. 2 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .45.

b. Computed only for a 2x2 table

Crosstab

			Pemanfaatan_Pelayanan		Total
			Baik	Kurang	
Promotion	Baik	Count	51	5	56
		% within Promotion	91.1%	8.9%	100.0%
		% within Pemanfaatan_Pelayanan	72.9%	71.4%	72.7%
		% of Total	66.2%	6.5%	72.7%
	Kurang	Count	19	2	21
		% within Promotion	90.5%	9.5%	100.0%
		% within Pemanfaatan_Pelayanan	27.1%	28.6%	27.3%
		% of Total	24.7%	2.6%	27.3%
Total	Count	70	7	77	
	% within Promotion	90.9%	9.1%	100.0%	
	% within Pemanfaatan_Pelayanan	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	90.9%	9.1%	100.0%	

Promotion * Pemanfaatan_Pelayanan

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.007 ^a	1	.936		
Continuity Correction ^b	.000	1	1.000		
Likelihood Ratio	.006	1	.936		
Fisher's Exact Test				1.000	.620
N of Valid Cases	77				

a. 1 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.91.

b. Computed only for a 2x2 table

Crosstab

			Pemanfaatan_Pelayanan		Total
			Baik	Kurang	
People	Baik	Count	68	5	73
		% within People	93.2%	6.8%	100.0%
		% within Pemanfaatan_Pelayanan	97.1%	71.4%	94.8%
		% of Total	88.3%	6.5%	94.8%
	Kurang	Count	2	2	4
		% within People	50.0%	50.0%	100.0%
		% within Pemanfaatan_Pelayanan	2.9%	28.6%	5.2%
		% of Total	2.6%	2.6%	5.2%
Total	Count	70	7	77	
	% within People	90.9%	9.1%	100.0%	
	% within Pemanfaatan_Pelayanan	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	90.9%	9.1%	100.0%	

People * Pemanfaatan_Pelayanan

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	8.544 ^a	1	.003		
Continuity Correction ^b	4.120	1	.042		
Likelihood Ratio	4.909	1	.027		
Fisher's Exact Test				.039	.039
N of Valid Cases	77				

a. 2 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .36.

b. Computed only for a 2x2 table

Crosstab

			Pemanfaatan_Pelayanan		Total
			Baik	Kurang	
Process	Baik	Count	69	4	73
		% within Process	94.5%	5.5%	100.0%
		% within Pemanfaatan_Pelayanan	98.6%	57.1%	94.8%
		% of Total	89.6%	5.2%	94.8%
	Kurang	Count	1	3	4
		% within Process	25.0%	75.0%	100.0%
		% within Pemanfaatan_Pelayanan	1.4%	42.9%	5.2%
		% of Total	1.3%	3.9%	5.2%
Total	Count		70	7	77
	% within Process		90.9%	9.1%	100.0%
	% within Pemanfaatan_Pelayanan		100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total		90.9%	9.1%	100.0%

Process * Pemanfaatan_Pelayanan

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	22.177 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	14.563	1	.000		
Likelihood Ratio	11.405	1	.001		
Fisher's Exact Test				.002	.002
N of Valid Cases	77				

a. 2 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .36.

b. Computed only for a 2x2 table

Crosstab

			Pemanfaatan_Pelayanan		Total
			Baik	Kurang	
Physical_Evidence	Baik	Count	63	3	66
		% within Physical_Evidence	95.5%	4.5%	100.0%
		% within Pemanfaatan_Pelayanan	90.0%	42.9%	85.7%
		% of Total	81.8%	3.9%	85.7%
	Kurang	Count	7	4	11
		% within Physical_Evidence	63.6%	36.4%	100.0%
		% within Pemanfaatan_Pelayanan	10.0%	57.1%	14.3%
		% of Total	9.1%	5.2%	14.3%
Total	Count	70	7	77	
	% within Physical_Evidence	90.9%	9.1%	100.0%	
	% within Pemanfaatan_Pelayanan	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	90.9%	9.1%	100.0%	

***Physical_Evidence* * Pemanfaatan_Pelayanan**

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	11.550 ^a	1	.001		
Continuity Correction ^b	8.021	1	.005		
Likelihood Ratio	8.086	1	.004		
Fisher's Exact Test				.007	.007
N of Valid Cases	77				

a. 1 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.00.

b. Computed only for a 2x2 table

Lampiran 6. Master Tabel

MASTER TABEL PENELITIAN

A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	B1	B2	B3	B4	C1	C2	C3	C4	C5	D1	D2	D3	D4	E1	E2	E3	E4	F1	F2	F3	
1	AW	35	1	3	1	6	4	1	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	
2	HS	28	1	3	1	5	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2
3	AT	1	1	2	2	1	1	2	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	4	1	3	4	3	2	2	
4	MK	2	1	2	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	ZA	4	1	2	2	1	1	1	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	2	
6	SK	1	1	2	2	1	1	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
7	MS	10	1	2	2	2	1	2	3	1	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	2	2	
8	AA	25	1	3	2	6	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	4	3	2	4	4	3	2	
9	RA	29	1	5	2	6	5	2	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	4	3	2	2	
10	SNF	29	1	3	2	6	4	2	4	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	1	4	4	4	4	4	4	3	3
11	MAZ	35	1	3	1	5	5	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	
12	MZR	2	1	2	1	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	2	2	4	2	3	3	
13	AH	20	1	3	1	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	3	2	4	2	3	3	
14	MI	25	1	3	1	6	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	4	2	2	4	2	2	3	
15	ID	37	1	1	2	5	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	
16	SS	55	1	5	1	5	5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	
17	MZ	20	1	5	1	5	7	1	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	2	4	4	3	3	
18	ML	28	1	1	2	6	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	
19	EN	25	1	1	2	6	4	2	3	1	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	1	3	3	3	3	

20	IMH	27	2	3	2	6	5	2	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	2	2	4	4	4	4	
21	MF	17	2	3	1	5	1	1	3	3	3	3	4	2	3	4	2	2	3	3	2	4	2	3	3	4	2	2	
22	DT	73	2	3	1	5	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
23	SH	55	2	3	1	5	5	1	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	
24	IQ	26	2	3	2	6	4	2	3	1	2	2	3	3	2	2	2	3	4	4	3	4	3	2	4	4	2	3	
25	EL	20	2	3	1	5	1	2	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	4	3	4	4	3	2	3	
26	SG	49	2	3	2	5	2	1	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	1	3	4	3	2	
27	HN	53	2	3	1	5	5	1	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	
28	TA	1	2	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	
29	NA	4	2	2	2	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	2	4	4	3	2	2	
30	AFN	7	2	2	1	2	1	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	
31	NNA	7	2	2	2	2	1	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	2	
32	FN	22	2	3	2	5	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	2	4	3	3	2	
33	NY	28	2	1	2	5	4	1	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
34	TSA	28	2	1	2	5	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
35	NAP	19	2	3	2	5	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	
36	NH	16	2	5	2	4	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	
37	SU	37	2	1	2	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	
38	NL	24	2	5	2	5	2	1	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	2	1	3	3	3	3	
39	GAL	20	2	5	2	5	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	
40	RY	1	3	2	1	1	1	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	
41	MY	6	3	2	1	2	1	2	4	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	
42	WF	1	3	2	1	1	1	1	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	4	2	3	4	1	2	2	
43	SR	21	3	3	1	6	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	
44	MA	1	3	2	1	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	

45	HDP	86	3	3	2	4	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	
46	SN	49	3	3	2	5	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
47	MSM	60	3	3	1	4	7	1	4	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2
48	MS	43	3	3	1	5	5	1	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
49	HN	19	3	3	1	5	1	1	4	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3
50	GAJ	5	3	2	1	2	1	2	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	
51	CA	7	3	2	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	2	
52	FT	3	3	2	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	
53	SBK	1	3	2	2	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3
54	MF	7	3	2	1	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
55	HD	2	3	2	2	1	1	1	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2
56	NT	77	3	5	2	4	1	2	3	4	3	3	3	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
57	NW	46	3	4	2	5	7	1	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3
58	SA	24	3	3	2	5	7	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	
59	IA	20	3	1	2	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
60	JM	39	3	1	2	6	7	1	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
61	FN	48	3	3	1	5	5	1	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
62	IM	33	3	3	2	5	2	1	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	
63	NS	53	3	5	2	5	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	
64	JB	72	3	3	2	3	1	2	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	
65	BJ	42	3	3	1	5	5	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	3	
66	DW	55	3	5	1	5	5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	
67	HA	50	3	5	2	5	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
68	H	42	3	3	2	5	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	2	
69	AR	31	3	3	1	6	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2

70	SAF	23	3	3	2	5	7	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
71	MI	45	3	5	1	4	5	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
72	SM	29	3	3	2	5	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2
73	AS	31	3	3	1	5	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
74	NM	26	3	3	1	5	5	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
75	MS	31	3	3	1	6	5	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2
76	CN	22	3	1	2	5	1	1	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2
77	MV	27	3	1	2	5	2	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2

F4	F5	G1	G2	G3	G4	G5	H1	H2	H3	H4	I1	I2	I3	I4	I5
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	1	2	2	2	3
2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	1	3	3	3	3
2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3
2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	3	2	3	4
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	1	3	2	3	4
2	4	3	3	3	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2
2	2	3	3	4	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3
2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	1	3	3	3	3
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3

2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3
3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	1	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	3	3	3	3
2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	2	2	3
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	3	3
2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3
2	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	1	3	3	4	4
2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	1	3	3	3	4
2	4	2	2	2	3	3	4	4	4	4	1	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	1	2	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3
4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	3	4	3	4
2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	1	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	2	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	3	3
3	3	4	4	3	4	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3

3	3	2	3	3	4	3	4	2	2	2	1	3	3	3	3
3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4
1	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	1	3	3	2	4
2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	2	2	2	2
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	3	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	1	3	3	3	3
3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2	2	3	2	3	3
2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	2	4	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4
2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
2	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3
2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3

3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	1	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3
2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3
2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3
2	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	1	3	3	3
2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3

Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian

DOKUMENTASI KEGIATAN PENELITIAN





Lampiran 8. Riwayat Hidup



Nama Lengkap : Rewanty Silva
Tempat/Tanggal Lahir : Watampone,30 September 2000
Agama : Kristen Protestan
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Aspol Toddopuli Blok B/32, Makassar
No. HP : 085298408940
Email : rewantysilva@gmail.com
Riwayat Pendidikan :
a. TK Lestari Watampone
b. SD Kristen Watampone
c. SMP Negeri 13 Makassar
d. SMA Negeri 9 Makassar
e. Program Sarjana Jurusan Administrasi dan Kebijakan Kesehatan (AKK) Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Hasanuddin, Makassar
Riwayat Organisasi :
Anggota Divisi Minat dan Bakat *Health Administration and Policy Student* Periode 2021-2022