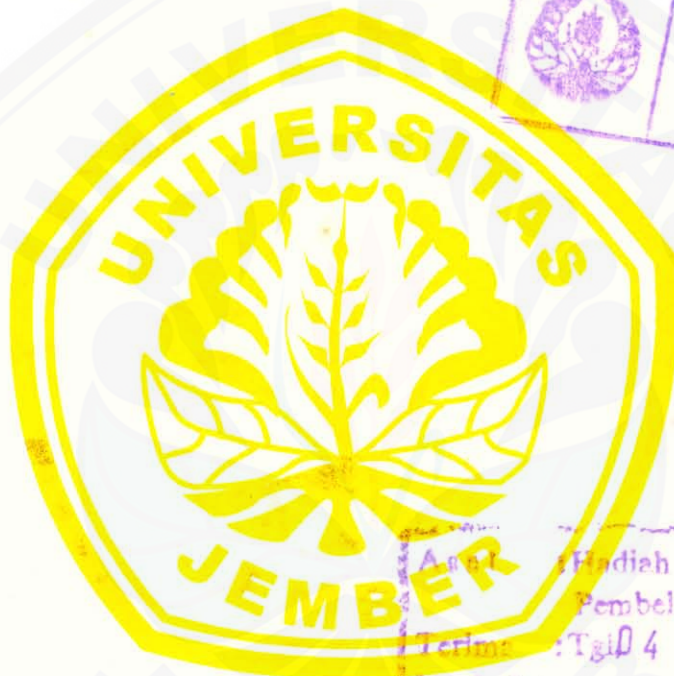


**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
PERILAKU KONSUMEN SETELAH MENGGUNAKAN
JASA PERAWATAN RUMAH SAKIT**

(Studi Kasus pada Pasien Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII
Kabupaten Jember periode Oktober sampai dengan Desember Tahun 2002)

SKRIPSI



Angg. Hadiah
Pembelian
Terima : Tgl 4 OCT 2003
No. Laku :
Klass
G10.73
NUR
P
mis

Oleh :

EKO NURWAHYUDIANTO

NIM. 970 210 301 070

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2003

MOTTO

*Visi tanpa aksi adalah mimpi kosong,
Aksi tanpa visi adalah mimpi buruk.*

(Pepatah Jepang)

*Keberhasilan usaha tidak ditentukan oleh produsen
melainkan oleh pelanggan*

(Peter Drucker)

*Perlakukanlah pelanggan sebagai aset yang
nilainya terus meningkat*

(Tom Peters)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- 1. Bapakku Madra'i dan Ibuiku Sri Wahyuni yang selalu memberi do'a restu untuk keberhasilanku*
- 2. Adik-adikku tersayang Dwi Cahyo Oktoriyanto dan Tri Indah Oktaviyanti yang selalu memberikan keceriahan*
- 3. Semua keluarga yang ada di Jember terima kasih atas bantuan do'anya*
- 4. Kakek, Nenek, serta semua keluarga di Kawungluwuk yang selalu mendo'akan keberhasilanku*
- 5. Siti Hodijah terima kasih atas kesetiaan, kasih sayang serta dukungan do'a untuk keberhasilanku.*
- 6. Bapak Dana dan ibu di Kawungluwuk terima kasih atas do'a restunya*
- 7. Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II terima kasih atas dorongan semangat dan pemberian bimbingannya*
- 8. Temanku Pendidikan Ekonomi Angkatan '97, Angkatan '98 dan Angkatan '99*
- 9. Almamater yang kubanggakan*

HALAMAN PENGAJUAN

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PERILAKU
KONSUMEN SETELAH MENGGUNAKAN JASA PERAWATAN
RUMAH SAKIT**

**(Studi Kasus pada Pasien Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII
Kabupaten Jember periode Oktober sampai dengan Desember Tahun 2002)**

SKRIPSI

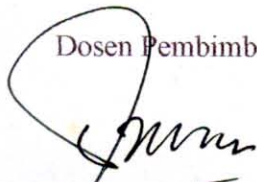
Diajukan Untuk Dipertahankan di Depan Tim Penguji Guna Memenuhi Salah
Satu Syarat Menyelesaikan Program Sarjana Program Pendidikan Ekonomi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan

Oleh :

Nama : Eko Nurwahyudianto
NIM : 970210301070
Angkatan Tahun : 1997
Daerah asal : Jember
Tempat / Tanggal lahir : Jember / 2 Maret 1979
Jurusan / Program : Pendidikan IPS / Pendidikan Ekonomi

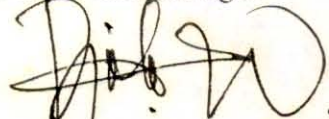
Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I



Drs. Sutrisno Djaja, MM
NIP. 131 570 077

Dosen Pembimbing II



Drs. Joko Widodo, MM
NIP. 131 601 514

HALAMAN PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan Tim penguji dan diterima oleh
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

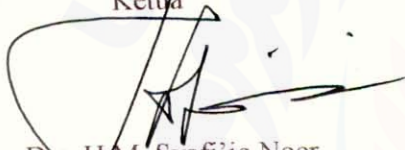
Pada hari : Jum'at

Tanggal : 27 Juni 2003

Tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

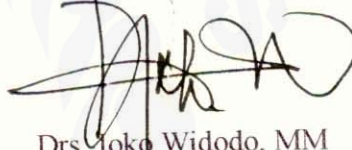
Tim Penguji

Ketua



Drs. H.M. Syafi'ie Noer
NIP. 130 325 911

Sekretaris



Drs. Joko Widodo, MM
NIP. 131 601 514

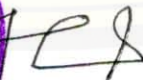
Anggota :

1. Drs. Umar H.M. Saleh, MSi
NIP. 131 579 845
2. Drs. Sutrisno Djaja, MM
NIP. 131 570 077



Mengetahui

Dekan



Drs. Ewi Suparno, M.Hum
NIP. 131 274 727

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya peneliti telah menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Konsumen Setelah Menggunakan Jasa Perawatan Rumah Sakit (Studi kasus pada pasien Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII Kabupaten Jember periode Oktober sampai dengan Desember Tahun 2002)”**.

Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Jember
2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember
3. Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember
4. Ketua Program Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember
5. Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II
6. Seluruh dosen Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember khususnya dosen Program Pendidikan Ekonomi
7. Kepala Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII beserta karyawan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kelemahan, karena keterbatasan waktu dan keterbatasan pengetahuan. Oleh karena itu sumbangan pemikiran dan kritikan yang sifatnya membangun sangat diharapkan oleh peneliti guna kesempurnaan skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PENGAJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii - ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DENAH LOKASI RUMAH SAKIT UMUM KALIWATES PTP NUSANTARA XII	xiii
ABSTRAK	xiv
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Ruang Lingkup Penelitian	4
1.3. Rumusan Permasalahan	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis	9
2.2.1. Dasar Teori Bauran Pemasaran	9
a. Produk	10
b. Harga	11
c. Orang	12
d. Bukti fisik	13

2.2.2. Dasar Pandangan Teori Perilaku Konsumen	
Pasca Pembelian	14
2.2.3. Dasar Teori Pengaruh Bauran Pemasaran	
Terhadap Perilaku Konsumen Pasca Pembelian	16
2.3. Definisi Operasional Variabel	17
2.4. Hipotesis Penelitian	19
III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Metode Penentuan Daerah Penelitian	20
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	20
3.3. Metode Pengumpulan Data	22
3.3.1. Metode Observasi	22
3.3.2. Metode Angket	22
3.3.3. Metode Interview	22
3.3.4. Metode Dokumentasi	23
3.4. Teknik Pengolahan Data	23
3.4.1. Editing	23
3.4.2. Koding	23
3.4.3. Skoring	23
3.4.4. Tabulasi	24
3.5. Teknik Analisis Data	24
3.5.1. Persamaan Garis Regresi	24
3.5.2. Analisis Varians Garis Regresi	24
3.5.3. Uji F	25
3.5.4. Uji t	25
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Data Pelengkap	26
4.1.1. Gambaran Umum Daerah Penelitian	26
4.1.3. Jumlah Rumah Sakit Umum dan Khusus	
didalam kota Jember	27

4.1.4. Sejarah singkat Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII Jember	28
4.1.5. Struktur Organisasi Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII Jember	29
4.2. Data Utama	31
4.2.1. Gambaran Umum Responden	32
a. Responden menurut Jenis Kelamin	32
b. Responden menurut Pekerjaan	32
4.2.2. Tarif Kamar Inap Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII	33
4.2.3. Tarif Dokter di Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII	34
4.2. Analisis Data	35
4.2.1. Analisis Persamaan Garis Regresi	35
4.2.2. Analisis Varian Garis Regresi	37
4.3. Pengujian Hipotesis	37
4.3.1. Pengujian Hipotesis Secara Simultan	37
4.3.2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial	38
4.4. Interpretasi Terhadap Variabel Bauran Pemasaran	41
4.4.1. Produk	41
4.4.2. Harga	43
4.4.3. Orang	45
4.4.4. Bukti Fisik	46
4.5. Kekuatan dan Kelemahan Penelitian	48
4.5.1. Kekuatan Penelitian	48
4.5.2. Kelemahan Penelitian	49
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	50
5.2. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No.	Nama Tabel	Halaman
1.	Variabel dan Indikator Bauran Pemasaran Untuk Pemasaran Jasa	10
2.	Sampel Penelitian Pasien Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII periode Oktober sampai dengan Desember Tahun 2002	20
3.	Rincian Jumlah Penduduk Kecamatan Kaliwates Akhir Tahun 2002	26
4.	Jumlah Penduduk di Kecamatan Kaliwates yang Bekerja sampai Akhir Tahun 2002	27
5.	Jumlah Rumah Sakit Umum dan Khusus dalam Kota Jember Tahun 2002	28
6.	Klasifikasi Responden menurut Jenis Kelamin	32
7.	Klasifikasi Responden menurut Pekerjaan	33
8.	Daftar Tarif Kamar Inap Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII Tahun 2002	34
9.	Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	35
10.	Rekapitulasi Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat	37
11.	Rekapitulasi Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Konsumen Setelah Menggunakan Jasa Perawatan Rumah Sakit	38
12.	Rekapitulasi Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Konsumen Setelah Menggunakan Jasa Perawatan Rumah Sakit	39
13.	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Produk	42
14.	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Harga	43
15.	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Orang	45
16.	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Bukti Fisik	47

DAFTAR GAMBAR

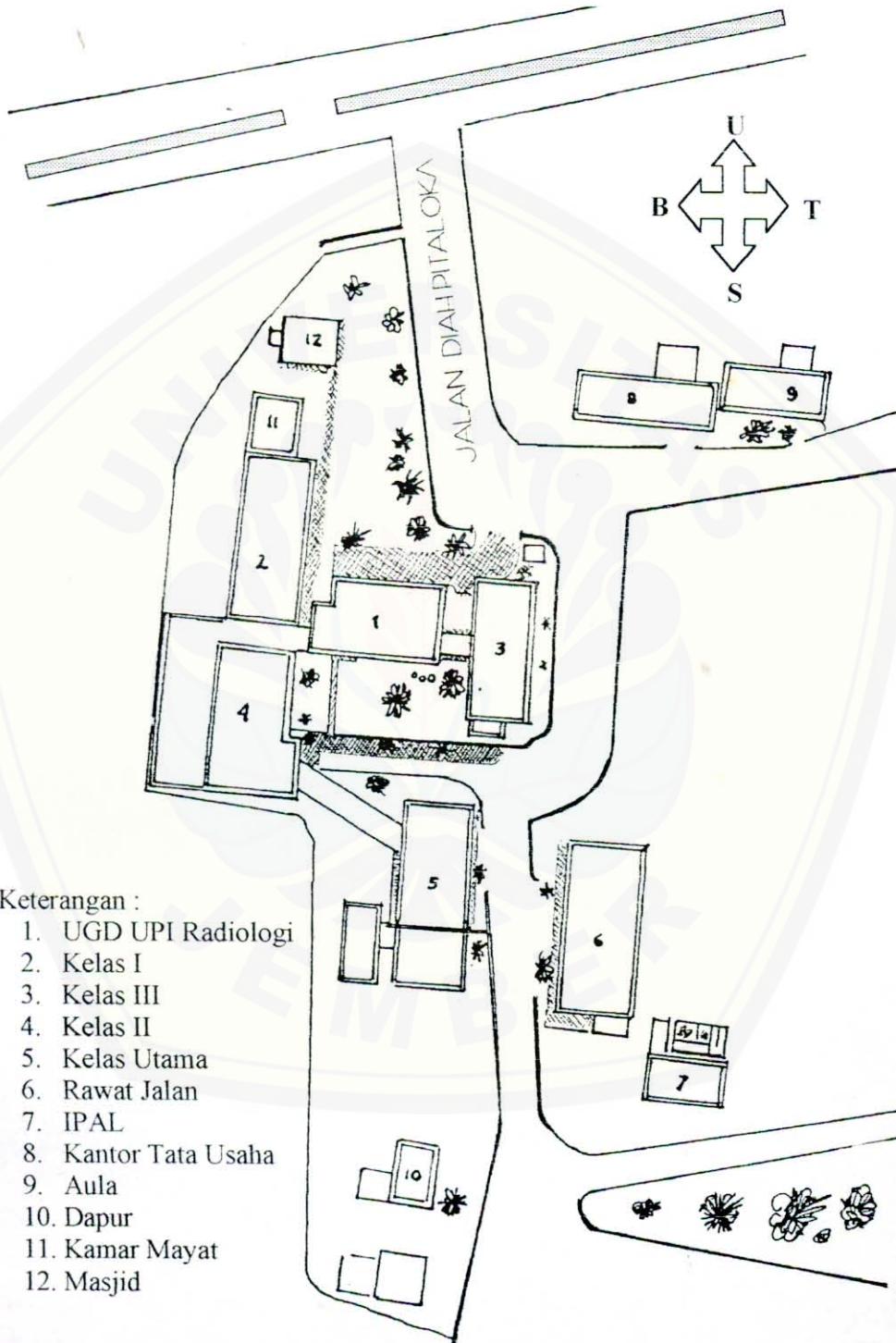
No. Gambar	Nama Gambar	Halaman
1.	Model Perilaku Konsumen	15
2.	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Konsumen Pasca Pembelian	17
3.	Struktur Organisasi Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII Jember	31



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Nama Lampiran
1.	Matrik Penelitian
2.	Tuntunan Penelitian
3.	Angket penelitian
4.	Tabel Identitas Penelitian
5.	Daftar Tarip Dokter di Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII Tahun 2002
6.	Print Out Hasil Analisis Data
7.	Daftar Tabel Uji F
8.	Daftar Tabel Uji t
9.	Prosentase Variabel Bebas dan Variabel Terikat
10.	Lembar Konsultasi
11.	Surat Ijin Penelitian
12.	Daftar Riwayat Hidup

DENAH RUMAH SAKIT UMUM KALIWATES
PTP NUSANTARA XII JEMBER



Sumber : Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII Tahun 2002

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, orang dan bukti fisik terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit pada pasien Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII Kabupaten Jember Tahun 2002. Hipotesis mengatakan bahwa diduga ada pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit dan diduga harga adalah variabel bauran pemasaran yang memiliki pengaruh dominan terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit. Data utama diperoleh dari hasil jawaban 40 responden pada angket yang diberikan oleh peneliti. Analisis data menggunakan tehnik analisis regresi linear berganda, uji F dan uji t melalui program SPSS for Windows versi 10. Hasil analisis melalui program SPSS for Windows versi 10 menunjukkan bahwa bauran pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit dengan proporsi sumbangan sebesar 98,1%. Uji F membuktikan bahwa nilai F hitung (448,611) > nilai F tabel (2,61) atau $\alpha = 0,05 > sig = 0,00$ yang berarti pengaruh variabel bauran pemasaran secara simultan terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit adalah signifikan. Uji t membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh dominan terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit dengan nilai t hitung $3,595 > 1,684$ (nilai t tabel) atau $\alpha = 0,05 > sig = 0,00$ yang berarti pengaruh variabel harga terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit adalah signifikan dan memiliki proporsi sumbangan sebesar 35,95%. Sedangkan variabel lain yaitu produk nilai t hitung 2,157 dengan sumbangan 13,38%, orang nilai t hitung 3,561 dengan sumbangan 28,30% dan bukti fisik nilai t hitung 3,450 dengan sumbangan 20,48%.

Kata kunci : bauran pemasaran dan perilaku konsumen



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang masalah

Salah satu indikator dari kesejahteraan masyarakat adalah dilihat dari status kesehatannya. Bila derajat kesehatan masyarakat meningkat, maka tingkat kesejahteraan masyarakat dapat dikatakan meningkat pula (Setyono, 1999:1).

Rumah sakit adalah bagian yang integral dari keseluruhan sistem pelayanan kesehatan yang dikembangkan melalui rencana pembangunan kesehatan dimana pengembangan rumah sakit tidak bisa lepas dari kebijaksanaan pembangunan kesehatan yaitu GBHN dan peraturan perundang-undangan.

Sesuai pendapat Adikoesoemo (1997:11) bahwa "Pengelolaan sebuah rumah sakit berbeda dengan pengelolaan perusahaan lainnya. Karena dalam menjalankan usahanya, rumah sakit tidak hanya melihat pada segi ekonomis namun ditekankan pula pada penerapan nilai sosial etika, sehingga usaha rumah sakit ini termasuk usaha yang mengandung nilai-nilai yang kompleks".

Sedangkan menurut pendapat Djodibroto (1997:133) "Bagaimanapun rumah sakit harus menggunakan analisis pemasaran agar posisi organisasinya dapat lebih baik dan bisa mempertahankan eksistensinya di lingkungan yang sangat kompetitif akibat kebijakan pemerintah yang memperbolehkan badan usaha komersial mengusahakan rumah sakit".

Berdasarkan pendapat diatas, usaha di bidang rumah sakit perlu menggunakan analisis pemasaran, sebab dengan analisis pemasaran yang tepat pihak pengelola rumah sakit dapat melakukan pengembangan pelayanan baru, pentarifan, mengidentifikasi peluang serta dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efisien. Sehingga rumah sakit dapat terus berkembang tanpa mengesampingkan tujuan rumah sakit memberikan jasa layanan kesehatan kepada masyarakat, dan mutu pelayanan yang baik sehingga pasien atau pengguna jasa dapat merasa puas dengan pelayanan kesehatan yang diberikan.

Tercatat pada data Badan Pusat Statistik tahun 2000 ada 5 rumah sakit umum dan rumah sakit khusus dalam kecamatan kota di Jember. Rumah sakit

yang berada di Kecamatan Patrang ada 4 yaitu Rumah Sakit Umum Jember Klinik PTPN X, Rumah Sakit DKT, Rumah Sakit Umum Daerah dr. Soebandi, Rumah Sakit Khusus Paru-paru dan 1 rumah sakit berada di Kecamatan Kaliwates yaitu Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII, dimana dalam menjalankan usahanya rumah sakit ini memberikan pelayanan kesehatan, baik bagi karyawan PTP Nusantara beserta keluarganya maupun masyarakat umum (BPS,2000 : 52).

Seperti halnya badan usaha lain yang mencari keuntungan, Rumah Sakit Umum Kaliwates ini juga tak bisa lepas dari keuntungan melalui pelayanan kesehatan yang diberikan pada masyarakat umum. Untuk mencapai keuntungan tersebut pihak manajemen Rumah Sakit Umum Kaliwates Jember perlu melakukan strategi-strategi pemasaran secara tepat sehingga pasien sebagai konsumen pengguna jasa pelayanan rumah sakit, mendapat kepuasan didalam menggunakan jasa layanan kesehatan dan fasilitas yang diberikan.

Pada dasarnya strategi pemasaran bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan konsumen. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan tidak hanya ditujukan untuk profit saja, tetapi sekaligus untuk memberikan manfaat dan kegunaan bagi konsumen. Begitu pula dengan pihak manajemen Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII, strategi pemasaran yang diterapkan selain memberikan profit bagi kontinuitas bagi Rumah Sakit Umum, diupayakan dapat memberikan manfaat dan kegunaan bagi pasien sebagai pengguna jasa layanan kesehatan Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII.

Selain itu satu hal yang penting dalam pemasaran adalah pemahaman perilaku konsumen, karena dengan memahami perilaku konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa, maka produsen akan mengetahui apa yang sebenarnya diinginkan dan menjadi kebutuhan konsumen. Untuk itu produsen perlu memahami faktor - faktor yang mendorong tindakan konsumen untuk melakukan pembelian atau tidak melakukan pembelian terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Tindakan pembelian yang dilakukan konsumen dipengaruhi oleh faktor intern dan faktor ekstern. Faktor intern yang mempengaruhi tindakan pembelian oleh konsumen yaitu budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Sedangkan faktor

ekstern yang mempengaruhi tindakan pembelian konsumen antara lain ekonomi, teknologi, politik, bauran pemasaran, dll. Bauran pemasaran yang diterapkan oleh produsen merupakan salah satu faktor ekstern yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan, maka pihak produsen harus mampu memadukan berbagai variabel bauran pemasaran seperti produk, harga, tempat, promosi dan sebagainya.

Begitu pula pemasaran yang dilaksanakan oleh Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII, pihak pengelola rumah sakit perlu menerapkan bauran pemasaran sehingga mampu memahami dan mengetahui apa yang diinginkan konsumen terhadap jasa layanan kesehatan yang ditawarkan oleh pihak Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII.

Produk merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi tindakan konsumen untuk melakukan pembelian. Produk yang ditawarkan Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII ada dua macam yaitu produk nyata misalnya ruangan operasi, kamar rawat inap, ruang Unit Gawat Darurat, dll, sedangkan produk yang tidak nyata misalnya jasa konsultasi dokter, jasa perawatan ibu dan anak, jasa P3K, dll. Produk yang disediakan oleh pihak Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII ini digunakan untuk melayani konsumen yang membutuhkan jasa perawatan rumah sakit.

Variabel lain dari bauran pemasaran yang diperhatikan konsumen sebelum melakukan pembelian adalah harga. Apabila konsumen tidak memiliki kemampuan daya beli yang sesuai dengan harga yang diberlakukan oleh pihak Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII maka konsumen cenderung akan menentukan alternatif pilihannya pada rumah sakit yang lain. Mengingat di Kabupaten Jember terdapat 4 rumah sakit selain Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII yang bisa dijadikan alternatif pilihan oleh konsumen dalam melakukan pembelian dengan pertimbangan harga.

Perusahaan jasa yang memberikan pelayanan pada konsumen tidak bisa terlepas dari subyek yang memberikan pelayanan. Begitu pula jasa pelayanan yang diberikan pihak Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII kepada konsumen tidak bisa terlepas dari kecekatan, keakuratan yang memberikan

pelayanan. Peran karyawan seperti dokter, bidan, perawat, dll merupakan hal yang akan diperhatikan konsumen sebelum melakukan pembelian atau bahkan setelah melakukan pembelian atas jasa perawatan rumah sakit.

Konsumen akan memilih rumah sakit lain yang lebih bersih, lebih intensif dalam perawatan dan dapat memenuhi harapan konsumen jika pihak Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII tidak bisa memberikan pelayanan sesuai harapan dan keinginan konsumen. Sebaliknya, jika fasilitas atau bukti fisik yang ada di Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen, misalnya tersedia laboratorium, apotik, ambulans, dll, maka konsumen akan melakukan tindakan pembelian bahkan cenderung akan menginformasikan pada orang lain tentang kebaikan pelayanan Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII. Hal tersebut akan menjadikan Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII dapat berkembang karena konsumen akan menentukan alternatif pilihannya pada Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII apabila suatu saat dia sakit atau membutuhkan layanan kesehatan rumah sakit.

Sesuai latar belakang diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh bauran pemasaran terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit”** dengan sasaran pasien yang sudah menggunakan jasa perawatan Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII Jember periode Oktober sampai dengan Desember Tahun 2002.

1.2. Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah dan terkontrol maka peneliti memberikan batasan – batasan penelitian. Adapun ruang lingkup penelitian atau batasan – batasan penelitian ini yaitu :

1. Penelitian hanya dilakukan pada pasien yang berdomisili atau bertempat tinggal di wilayah Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember.

2. Pasien pernah menjalani rawat inap di Rumah Sakit Umum Kaliwates pada bulan Oktober, Nopember atau Desember Tahun 2002 dan memiliki kemampuan mengambil keputusan.
3. Responden adalah pasien umum dan bukan karyawan/karyawati PTP Nusantara XII serta keluarga inti (ayah, ibu, istri/suami, anak) dari karyawan/karyawati PTP Nusantara XII.

1.3. Rumusan Permasalahan

Adapun rumusan permasalahan yang peneliti ajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh yang signifikan dari bauran pemasaran (produk, harga, orang, bukti fisik) terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit pada pasien Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII Kabupaten Jember periode Oktober sampai dengan Desember Tahun 2002?
2. Variabel manakah dari bauran pemasaran (produk, harga, orang, bukti fisik) yang dominan mempengaruhi perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit pada pasien Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII Kabupaten Jember periode Oktober sampai dengan Desember Tahun 2002?

1.4. Tujuan Penelitian

Agar penelitian memiliki tujuan yang pasti, maka dalam penelitian ini peneliti memiliki tujuan penelitian, yaitu :

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, orang, bukti fisik) terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit pada pasien Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII Kabupaten Jember pada periode Oktober sampai dengan Desember Tahun 2002.
2. Untuk mengetahui variabel manakah dari bauran pemasaran (produk, harga, orang, bukti fisik) yang dominan mempengaruhi perilaku konsumen

setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit pada pasien Rumah Sakit Umum Kaliwates Kabupaten Jember pada periode Oktober sampai dengan Desember Tahun 2002.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, peneliti mengharapkan penelitian ini memberikan manfaat. Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan sebagai wahana untuk menambah pengetahuan dan mengaplikasikan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah.
2. Bagi pihak rumah sakit dalam hal ini adalah Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan dan menyusun strategi pemasaran untuk pengelolaan rumah sakit.
3. Bagi Perguruan Tinggi, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Sebelum peneliti melakukan penelitian mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap perilaku konsumen, telah ada beberapa penelitian yang telah membahasnya khususnya dibidang jasa rumah sakit. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Norita Citra Yuliarti pada tahun 2001 dengan judul "Faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rumah Sakit PTPN X Jember", dimana variabel yang diteliti adalah harga (X_1), fasilitas (X_2), pelayanan (X_3) dan kepuasan konsumen (Y).

Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh Yuliarti tersebut menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara harga, fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa rumah sakit di Rumah Sakit PTPN X Jember dan diperoleh persamaan garis persamaan regresi $Y = 5,029 + 0,309X_1 + 0,140X_2 + 0,292X_3 + e$. Hasil analisis dengan uji F dari penelitian tersebut ditemukan bahwa pengaruh harga, fasilitas, dan pelayanan secara bersama - sama sebesar 4,004 dan lebih besar dibanding F tabel (5%) sebesar 2,80.

Sedangkan melalui uji t dari variabel X terhadap variabel Y ditemukan harga (X_1) t hitung sebesar 3,915, fasilitas (X_2) t hitung sebesar 3,446, dan pelayanan (X_3) t hitung sebesar 3,914, dan dibandingkan dengan t tabel (5%) sebesar 1,684 maka variabel X_1 , X_2 dan X_3 masing - masing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan uji t tersebut, Yuliarti berkesimpulan bahwa harga (X_1) memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Persamaan antara penelitian yang dilakukan Yuliarti dengan penelitian ini antara lain :

1. Sama-sama meneliti tentang pengaruh X terhadap Y
2. Sama-sama meneliti bidang jasa rumah sakit
3. Sama-sama menggunakan analisis regresi berganda

Sedangkan perbedaannya antara lain :

1. Variabel X dalam penelitian Yuliarti yaitu harga, fasilitas dan pelayanan, sedangkan variabel X dalam penelitian yang dilakukan peneliti yaitu produk, harga, orang dan bukti fisik.
2. Daerah penelitian yang ditentukan oleh Yuliarti yaitu di Rumah Sakit PTP Nusantara X (Jember Klinik) Kabupaten Jember, sedangkan daerah penelitian yang ditentukan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember

Penelitian lain dilakukan oleh Martinus Brahman Seviendi dari Fakultas Ekonomi pada tahun 2000 dengan judul "Analisis Faktor Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien Rawat Inap Rumah Sakit PTP Nusantara X di Jember".

Dalam penelitiannya, Seviendi berkesimpulan bahwa bauran pemasaran yang terdiri dari produk (X_1), harga (X_2), tempat (X_3) dan promosi (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit PTP Nusantara X. Hal tersebut terbukti dengan perhitungan $R^2 = 0,918$ yang berarti 91,8% kepuasan pasien Rumah Sakit PTP Nusantara X dipengaruhi oleh X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 . Secara simultan bauran pemasaran (variabel X) memiliki pengaruh yang kuat, teruji dari hasil uji F diperoleh bahwa F hitung sebesar $11,96 > F$ tabel sebesar 2,61 (5%). Secara parsial variabel X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 memiliki hubungan atau pengaruh yang kuat melalui uji t dengan taraf signifikansi 5%. Diperoleh hasil t hitung X_1 sebesar 10,739, hasil t hitung X_2 sebesar 10,189, hasil t hitung X_3 sebesar 9,150 dan hasil t hitung X_4 sebesar 8,805, dan t hitung masing – masing variabel $X > t$ tabel sebesar 2,201. Produk (X_1) merupakan variabel bauran pemasaran yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit PTP Nusantara X dengan sumbangan sebesar 85,35%.

Persamaan penelitian Seviendi dengan penelitian ini antara lain :

1. Sama-sama meneliti tentang pengaruh X terhadap Y
2. Variabel X yang diteliti sama-sama bauran pemasaran

Sedangkan perbedaannya antara lain :

1. Pasien yang dijadikan responden adalah pasien Rumah Sakit PTP Nusantara X, sedangkan dalam penelitian ini pasien yang dijadikan responden adalah pasien Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII.
2. Sampel yang diambil oleh Seviendi diambil secara accidental (kebetulan), dalam penelitian ini sampel yang diambil ditentukan secara acak.

2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis

2.2.1. Dasar Teori Bauran Pemasaran

Menurut Carthy (1995:52) “bauran pemasaran adalah variabel-variabel dalam kendali perusahaan secara bersama-sama untuk memuaskan kelompok sasaran konsumen”. Lebih lanjut ditambahkan bahwa bauran pemasaran yang dimaksud secara umum meliputi produk tertentu, ditawarkan dengan harga tertentu, untuk memberitahu produk ini serta cara untuk menjangkau tempat pelanggan.

Menurut Kotler (1997:46) “bauran pemasaran terdiri dari 4P (Product, Price, Place, Promotion), dimana 4P tersebut menunjukkan pandangan penjual tentang kiat pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi pembeli”. Dilihat dari sudut pandang pembeli, setiap kiat pemasaran dirancang untuk memberikan manfaat bagi pelanggan.

Namun untuk pemasaran jasa Boom dan Bitner (dalam Kotler,1997:88) menyarankan agar 4P yang sudah ada ditambah 3P yaitu People (orang), Physical Evidence (bukti fisik), dan Process (proses). Bauran pemasaran 7P untuk pemasaran jasa adalah seperangkat alat yang akan menentukan tingkat keberhasilan suatu pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan khususnya perusahaan jasa.

Adapun indikator dari bauran pemasaran, khususnya pemasaran jasa dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 1. Variabel dan Indikator Bauran Pemasaran Untuk Pemasaran Jasa

Produk	Harga	Promosi	Tempat	Orang	Bukti fisik	Proses
1. Kualitas	1. Diskon	1. Periklanan	1. Lokasi	1. Keterampilan	1. Penerangan	1. Aktivitas
2. Variasi pelayanan	2. Metode pembayaran	2. Rambu petunjuk	2. Transportasi	2. Prosedur pelayanan	2. Peralatan	2. Akurasi pelayanan
3. Asesoris	3. Tingkat harga	3. Publisitas	3. Fasilitas tempat parkir	3. Komunikasi dengan pasien	3. Kenyamanan ruang rawat	3. Ketepatan pelayanan
4. Spesifikasi pelayanan	4. Fleksibilitas	4. Tenaga penjualan	4. Penyimpanan	4. Tunjangan hari tua	4. Pakaian karyawan	4. Tingkat keterlibatan konsumen
5. Pelayanan pendukung		5. Hubungan masyarakat	5. Perantara	5. Penampilan	5. Kemudahan mendapatkan obat	

Sumber : Yazid (2001:21), Pudjirahardjo (2001:44), diolah

a. Produk

Menurut Swastha (1999:94) “produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, serta pelayanan perusahaan dan pengecer yang diterima pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya”.

Sedangkan menurut Sumarni (1998:274) mengatakan “produk yaitu setiap apa saja yang bisa ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan”. Demikian pula menurut Kotler (1997:82) yang mengatakan bahwa “produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan”.

Dalam pemasaran jasa, produk yang ditawarkan adalah berupa jasa, namun konsumen cenderung melihat fasilitas yang tersedia untuk mendukung pelayanan jasa tersebut. Ini karena jasa yang bersifat *intangibile* atau tidak berwujud sehingga penampilan jasa itu biasanya diwakili oleh wujud tertentu. Tidak jarang apabila konsumen ingin membeli suatu jasa melihat kualitas dari wujud yang mewakili dari jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Kotler (1997:82) secara rinci menyatakan bahwa “beberapa indikator dari produk yaitu macam produk, mutu, rancangan, penyajian, ukuran, pelayanan, garansi dan pengembalian”. Sedangkan Carthy (1995:75) menyatakan bahwa

gagasan produk berupa barang/jasa fisik, penampilan, tingkat kualitas, perlengkapan, aksesoris, pemasangan, jaminan dan lini produk”.

Berdasarkan semua teori mengenai produk diatas, maka dalam penelitian ini produk yang dimaksud adalah ruangan yang disediakan Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII untuk merawat pasien dengan indikator kualitas kamar inap.

b. Harga

Menurut Carthy (1995:87) “harga adalah salah satu bauran pemasaran yang dikendalikan oleh manager pemasaran”. Jika dilihat dari kepentingan perusahaan keputusan tingkat harga sangat penting karena dapat mempengaruhi volume penjualan dan pendapatan perusahaan.

Swastha (1999:143) mengatakan “harga adalah sejumlah uang (ditambah barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Harga yang ditetapkan oleh pihak Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII harus sesuai dengan pelayanan yang diberikan dan dapat memuaskan konsumen sebagai pengguna dari jasa yang ditawarkan. Penetapan harga yang dinyatakan dalam rupiah ini juga didasari oleh tujuan (profit) yang hendak dicapai oleh pihak rumah sakit.

Penentuan dan penetapan harga yang ditetapkan oleh pihak rumah sakit bervariasi disesuaikan dengan kelas kamar perawatan yang ada, yaitu kelas utama, kelas satu, kelas dua, dan kelas tiga. Harga yang bervariasi ditujukan untuk kepentingan pasien, dimana pihak rumah sakit berkeinginan agar pasien dapat menggunakan jasa perawatan kesehatan menurut harga yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan pasien.

Carthy (1995:87) menyatakan bahwa “kebijaksanaan penetapan harga harus menjelaskan seberapa fleksibel harga ini, pada tingkat berapa harga akan ditetapkan disepanjang siklus hidup produk, kepada siapa dan kapan akan diberikan, bagaimana biaya transportasi akan dibebankan”.

Sedangkan Kotler (1997:82) mengatakan bahwa “ dalam penetapan dan pelaksanaan harga harus mempertimbangkan beberapa indikator yaitu harga dasar, potongan harga, rabat, jangka waktu pembayaran dan syarat pembayaran harga”.

Berdasarkan teori yang dikemukakan diatas maka variabel harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah biaya yang harus dibayar oleh pasien setelah menjalani perawatan di Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII dengan indikator tarif kelas perawatan dan tarif dokter.

c. Orang

Salah satu dari delapan karakteristik jasa menurut Edward W. Wheatley (Alma, 2002:205) yaitu usaha jasa sangat mementingkan unsur manusia. Jadi usaha jasa dapat memuaskan konsumen apabila orang yang melayani konsumen memiliki kemampuan dan keterampilan yang baik sehingga jasa yang diterima konsumen sesuai harapan.

Menurut Alma (2000:234) “orang atau people berarti orang yang melayani ataupun yang merencanakan pelayanan terhadap para konsumen. Karena sebagian besar jasa dilayani orang maka orang tersebut perlu diseleksi, dilatih, dimotivasi, sehingga memberikan kepuasan terhadap pelanggan”.

Karyawan harus mengerti tentang konsep pemasaran, sehingga semua kegiatannya serasi satu sama lain dalam rangka mencapai tujuan perusahaan sebagaimana telah digariskan oleh pihak manajemen. Keahlian karyawan dalam memberikan layanan kepada konsumen merupakan hal penting, karena kepuasan atau ketidakpuasan konsumen akan terjawab dari keahlian karyawan. Oleh karenanya karyawan harus benar-benar memperhatikan keinginan, menghormati langganan secara spontan, dan bersahabat.

Berdasarkan kutipan teori diatas, maka orang dalam penelitian ini adalah karyawan Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII yang memberikan jasa layanan kesehatan kepada pasien dengan indikator penampilan dan kualitas pelayanan.

d. Bukti fisik

Berdasarkan pendapat Alma (2000:234) “bukti fisik berkaitan dengan keadaan nyata dari benda-benda yang menghasilkan jasa tersebut. Misalnya orang yang berkunjung ke bank akan memperhatikan bangunan, interior, peralatan, perabot, bahkan sampai ke pakaian seragam karyawan. Sedangkan menurut Yazid (2001:144) “apabila konsumen mempunyai sedikit bekal untuk menilai kualitas aktual jasa, mereka akan mengandalkan tanda-tanda dari bukti fisik”.

Pihak pengelola/produsen jasa dalam memasarkan jasa perlu memperhatikan karakteristik jasa yang bersifat *intangibile* yakni tidak dapat dilihat, diraba, dirasa, dicium, atau didengar sebelum dibeli. Tugas pihak pengelola dalam memasarkan jasa harus menambah motivasi konsumen dengan memberikan tanda-tanda bukti fisik untuk mengatasi masalah kesulitan dalam mengevaluasi jasa yang ditawarkan.

Menurut Alma (2000:234) “lebih rinci contoh-contoh bukti fisik ialah fasilitas eksternal, konsumen akan memperhatikan design eksterior, tempat parkir, taman-taman, suasana lingkungan dan sebagainya. Untuk fasilitas interior konsumen akan memperhatikan interior design, perlengkapan, gambar-gambar, penataan ruang, kesegaran udara, dan temperatur.

Sedangkan menurut Yazid (1999:144) “Bukti fisik mencakup semua aspek fasilitas fisik organisasi atau *servicescape*. Elemen-elemen dari *servicescape* mempengaruhi konsumen melalui atribut-atribut eksterior (seperti rambu-rambu, tempat parkir, halaman atau taman) dan atribut interior (seperti design, lay out, pencahayaan, peralatan, dan dekorasi)”.

Berdasarkan teori diatas mengenai bukti fisik, maka dalam penelitian ini bukti fisik yang dimaksud adalah bukti nyata yang bisa dilihat dan dirasakan oleh pasien selama menjalani perawatan di Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII dengan indikator keamanan, fasilitas kamar inap, dan temperatur udara.

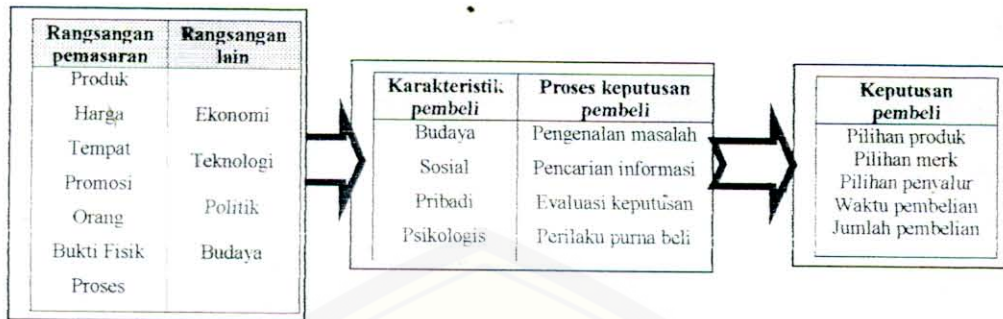
2.2.2. Dasar pandangan teori Perilaku Konsumen Pasca Pembelian

Menurut Angel (1994:3) "perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini". Perilaku konsumen memiliki kepentingan khusus bagi orang yang berhasrat mempengaruhi atau mengubah perilaku itu, termasuk mereka yang kepentingan utamanya adalah pemasaran, pendidikan dan perlindungan konsumen, serta kebijakan umum.

Tujuan pemasaran adalah memenuhi serta memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Namun untuk mengenal konsumen lebih dekat tidaklah mudah, konsumen mungkin saja menyatakan kebutuhan dan keinginan mereka sedemikian rupa, tapi terkadang konsumen tidak melakukan pembelian atas kebutuhan yang diutarakannya tadi. Ini bisa terjadi karena pengaruh-pengaruh yang mungkin bereaksi dan mengubah pikiran pelanggan pada saat akan membeli.

Walaupun keputusan membeli konsumen sulit dipahami secara pasti, tetapi produsen perlu mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, dan perilaku berbelanja serta perilaku pembelian konsumen. Mempelajari perilaku konsumen ini akan memberi petunjuk untuk mengembangkan produk-produk baru, karakteristik produk, harga, saluran distribusi, pesan dan unsur-unsur bauran pemasaran lainnya.

Untuk pemasaran jasa, bauran pemasaran yang merupakan rangsangan bagi konsumen dalam mengambil keputusan membeli, selain 4P (produk, harga, promosi, tempat) perlu ditambah dengan 3P yaitu proses, orang dan bukti fisik. Perilaku konsumen yang dapat dipelajari oleh produsen sebagai penghasil produk atau jasa dapat digambarkan dengan model perilaku konsumen sebagai berikut :



Gambar 1. Model Perilaku Konsumen

Sumber : Kotler, (1997:153), diolah

Seperti pengertian perilaku konsumen yang dikutip dari pendapat Angel diatas, bahwa perilaku konsumen juga mencakup tindakan yang menyusuli tindakan pembelian atau perilaku konsumen setelah membeli suatu barang atau jasa.

Konsumen membeli suatu barang atau jasa memiliki harapan bahwa ia akan merasa puas setelah membelinya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap jasa yang telah dibeli bergantung pada kepada hasil evaluasi konsumen terhadap jasa yang telah dibelinya. Yazid (2001:54) mengatakan bahwa “Puas-tidaknya konsumen terhadap jasa yang telah dibelinya juga bergantung kepada hasil mereka terhadap jasa yang telah dibelinya”.

Ketidakpuasan konsumen terjadi karena jasa yang dibelinya tidak memenuhi harapan, tidak dikerjakan secara memuaskan, atau harganya tidak sesuai. Konsumen sebagai pengguna jasa akan mencari atribut ketidakpuasan pada sumber-sumber yang berbeda seperti pada produsen, pengecer, atau diri mereka sendiri. Resiko ketidakpuasan lebih mereka rasakan ketika membeli jasa daripada ketika membeli barang, karena dalam menggunakan dan memproduksi jasa, partisipasi konsumen sangat besar.

Apabila dalam membeli produk jasa konsumen merasa puas atau pembelian itu sesuai dengan harapannya, maka konsumen akan komitmen terhadap merk barang atau jasa tersebut. Sebagian besar konsumen pengguna jasa akan lebih setia kepada jasa tertentu daripada terhadap barang. Sebab-sebabnya adalah karena perpindahan merk jasa mungkin lebih mahal, karena pengetahuan

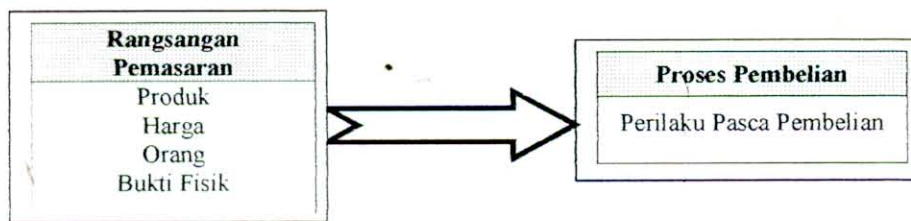
konsumen yang terbatas terhadap jasa penggantinya atau karena resiko perpindahan merk jasa itu lebih tinggi.

2.2.3. Dasar Teori Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Perilaku Konsumen Pasca Pembelian

Pada model perilaku konsumen pada gambar 2.1. diatas, terlihat bagaimana produsen memberikan rangsangan-rangsangan kepada konsumen berupa bauran pemasaran (produk, harga, promosi, tempat, orang, bukti fisik dan proses) dan rangsangan lain seperti ekonomi, teknologi, politik, dan kebudayaan. Menurut Kotler (1997:152) "Rangsangan pemasaran dan lingkungan memasuki kesadaran pembeli, karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusan menimbulkan keputusan pembelian tertentu". Berdasarkan pendapat tersebut seluruh rangsangan khususnya rangsangan pemasaran yang berupa bauran pemasaran akan mempengaruhi konsumen membeli produk yang ditawarkan oleh produsen.

Tetapi proses pembelian yang dimaksud tidak hanya berhenti saat konsumen membeli suatu barang atau jasa, namun proses tersebut akan berlanjut pada perilaku setelah pembelian. Sesuai pendapat Kotler (1997:175) "Tugas pemasar tidak berakhir saat produk dibeli, melainkan berlanjut hingga periode pasca pembelian". Jadi rangsangan-rangsangan pemasaran yang diberikan produsen kepada konsumen berupa bauran pemasaran tidak hanya berhenti saat konsumen membeli produk tersebut, tetapi berlanjut pada perilaku konsumen setelah membeli produk yang dibelinya.

Berdasarkan pendapat Kotler diatas, maka rangsangan pemasaran yang berupa bauran pemasaran juga mempengaruhi perilaku konsumen setelah produk yang ditawarkan produsen dibeli. Dalam penelitian ini bauran pemasaran yang diteliti adalah produk, harga, orang dan bukti fisik sehingga bila diilustrasikan adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Konsumen pasca Pembelian

2.3. Definisi Operasional Variabel

A. Variabel Bebas (X)

Variabel X dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran atau kombinasi dari alat pemasaran yang digunakan oleh Rumah Sakit Umum PTPN XII Kaliwates Kabupaten Jember tahun 2002, yang terdiri dari :

1. Produk (X_1)

Adalah ruangan yang disediakan Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII untuk merawat pasien.

Kualitas kamar inap yaitu mutu kamar inap atau ruangan yang digunakan pasien saat menjalani perawatan di Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII

2. Harga (X_2)

Adalah biaya yang harus dibayar oleh pasien setelah menjalani perawatan di Rumah Sakit Umum PTPN XII Kaliwates

- a. **Tarif kelas perawatan** yaitu biaya kamar yang harus dibayar pasien sesuai dengan kelas kamar yang digunakan
- b. **Tarif dokter** yaitu biaya dokter yang harus dibayar pasien menurut ketentuan harga dari dokter yang menangani

3. Orang (X₃)

Adalah karyawan Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII yang memberikan jasa layanan kesehatan kepada pasien.

- a. **Penampilan** yaitu kondisi karyawan Rumah Sakit Umum PTPN XII Kaliwates (dokter, bidan, perawat, dan pegawai lainnya) tentang pakaian dan keramahan terhadap pasien
- b. **Kualitas Pelayanan** yaitu kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan (dokter, bidan, perawat, dan pegawai lainnya) kepada pasien selama dirawat di Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII.

4. Bukti fisik (X₄)

Bukti nyata yang bisa dilihat dan dirasakan oleh pasien selama menjalani perawatan di Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII.

- a. **Keamanan** yaitu situasi dan kondisi yang tenang, bebas dari gangguan bagi pasien selama menjalani rawat inap di Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII
- b. **Fasilitas kamar inap** yaitu sarana yang tersedia didalam kamar inap tempat pasien Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII dirawat.
- c. **Temperatur udara** adalah suhu atau kualitas udara didalam kamar inap tempat pasien Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII dirawat.

B. Variabel Terikat (Y)

Variabel Y dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen pasca pembelian atau perilaku pasien setelah menggunakan jasa perawatan Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII.

- a. **Kepuasan Pasien** yaitu perasaan pasien setelah menjalani rawat inap di Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII
- b. **Pembelian Ulang** yaitu keinginan pasien untuk menggunakan kembali jasa Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII saat membutuhkan perawatan kesehatan.

- c. **Rekomendasi Kepada Orang Lain** yaitu kegiatan pasien menginformasikan untuk memilih Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII kepada orang lain yang membutuhkan perawatan kesehatan.

2.4. Hipotesis Penelitian

1. Diduga ada pengaruh yang signifikan bauran pemasaran (produk, harga, orang dan bukti fisik) terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit pada pasien Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII Kabupaten Jember bulan Oktober sampai dengan Desember Tahun 2002.
2. Diduga harga adalah variabel bauran pemasaran yang memiliki pengaruh dominan terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan pada pasien Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII Kabupaten Jember bulan Oktober sampai dengan Desember Tahun 2002.

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN



RUMAH UPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER

3.1. Metode Penentuan Daerah Penelitian

Daerah penelitian merupakan tempat dimana kegiatan penelitian dilakukan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan. Metode penentuan daerah penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah purposive yaitu ditentukan dengan sengaja. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember dengan pertimbangan biaya dan waktu yang dimiliki peneliti terbatas.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pasien yang pernah menjalani rawat inap di Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII periode Oktober sampai dengan Desember Tahun 2002, dan pasien berdomisili di wilayah Kecamatan Kaliwates, dimana jumlahnya 68 orang.

Berdasarkan jumlah populasi tersebut diatas, maka peneliti mengambil sampel penelitian. Metode penarikan sampel penelitian yang digunakan adalah *Proporsional Random Sampling* yaitu sampel penelitian diambil sesuai proporsi dari jumlah populasi dari tiap-tiap kelas perawatan yang telah ditentukan oleh peneliti dan pemilihan responden ditentukan secara acak. Jumlah populasi dan sampel yang diambil secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Sampel Penelitian Pasien Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII periode Oktober sampai dengan Desember Tahun 2002

Kelas Perawatan	Populasi	Sampel
Kelas Utama	9	5
Kelas I	14	8
Kelas IIA	12	7
Kelas IIB	15	9
Kelas III	18	11
Jumlah	68	40

Sumber : Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII Tahun 2002, diolah

Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dan akan diteliti yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad \text{Husein Umar (1999:49)}$$

dimana, n = ukuran sampel minimal

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan yaitu 10%

Sehingga dari rumus tersebut diperoleh jumlah sampel yang diambil adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{68}{1 + 68(0.1)^2} \\ n &= \frac{68}{1 + 68(0.01)} \\ n &= \frac{68}{1,68} \\ n &= 40,47 \text{ dibulatkan} = 40 \end{aligned}$$

Sedangkan untuk tiap-tiap kelas perawatan, jumlah sampel yang diambil menggunakan rumus :

$$n = \frac{N}{\sum N} \times \sum n$$

dimana : n = Jumlah sampel tiap-tiap kelas perawatan

N = Jumlah populasi tiap-tiap kelas perawatan

$\sum N$ = Jumlah populasi

$\sum n$ = Jumlah sampel minimal

Adapun rincian jumlah sampel untuk tiap-tiap kelas perawatan adalah sebagai berikut :

a. Kelas Utama	$n = \frac{9}{68} \times 40$	d. Kelas IIB	$n = \frac{15}{68} \times 40$
	$n = 5,29 = 5$		$n = 8,8 = 9$

$$\begin{aligned} \text{b. Kelas I} \quad n &= \frac{14}{68} \times 40 \\ n &= 8,23 = 8 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{e. Kelas III} \quad n &= \frac{18}{68} \times 40 \\ n &= 10,58 = 11 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{c. Kelas IIA} \quad n &= \frac{12}{68} \times 40 \\ n &= 7,05 = 7 \end{aligned}$$

3.3. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data penelitian yang diinginkan maka dibutuhkan teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

3.3.1. Metode Observasi

Metode pengumpulan data ini yaitu dengan pengamatan secara langsung tentang keadaan Rumah Sakit Umum PTP Nusantara XII Kaliwates. Metode ini digunakan untuk mengetahui fasilitas kamar inap, administrasi dari Rumah Sakit Umum PTP Nusantara XII Kaliwates.

3.3.2. Metode Angket

Metode ini merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan daftar pertanyaan secara tertulis yang harus dijawab oleh responden dalam bentuk angket tertutup dengan pilihan ganda yang diberikan langsung oleh peneliti. Metode ini digunakan peneliti untuk mendapatkan data mengenai kepuasan pasien setelah menggunakan jasa perawatan Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII Kabupaten Jember.

3.3.3. Metode Interview

Metode Interview ini digunakan untuk mendapatkan keterangan lebih jelas mengenai bauran pemasaran yang dilakukan pihak Rumah Sakit Umum PTP Nusantara XII Kaliwates yaitu melalui pimpinan rumah sakit, antara lain jenis pelayanannya dan macamnya, proses pembayarannya dan sebagainya.

3.3.3. Metode Dokumentasi

Metode ini dimaksudkan untuk memperoleh data-data mengenai sejarah berdirinya Rumah Sakit Umum PTP Nusantara XII Kaliwates, denah lokasi Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII, daftar nama pasien yang berdomisili di Kecamatan Kaliwates dan pernah menjalani rawat inap di Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII periode Oktober sampai dengan Desember Tahun 2002.

3.4. Teknik Pengolahan Data

Langkah-langkah yang diambil sebelum menganalisis data adalah editing, koding, skoring dan tabulasi.

3.4.1. Editing

Editing merupakan suatu kegiatan untuk meneliti dan memperbaiki data yang telah dikumpulkan. Kegiatan ini penting karena kenyataannya data yang dihimpun kadangkala belum sesuai dengan harapan peneliti, kurang lengkap atau bahkan terlewatkan. Editing ini dimaksudkan untuk meneliti data yang telah dikumpulkan, bila terdapat data yang kurang lengkap maka peneliti memberi angket susulan pada responden.

3.4.2. Koding

Koding merupakan langkah mengklasifikasikan data kedalam kategori-kategori dengan melakukan kode untuk tiap butir pertanyaan dengan variabel yang ada dalam angket.

3.4.3. Skoring

Dalam penelitian ini untuk tiap butir pertanyaan dengan variabel yang ada dalam angket dan telah dijawab oleh responden diberi skor. Skor yang diberikan pada jawaban responden antara lain :

- a. Responden menjawab a diberi skor 4
- b. Responden menjawab b diberi skor 3
- c. Responden menjawab c diberi skor 2
- d. Responden menjawab d diberi skor 1

3.4.4. Tabulasi

Tabulasi merupakan langkah penyusunan data dalam tabel sehingga diperoleh nilai variabel bebas dan variabel terikat dari setiap responden, selanjutnya data tersebut siap untuk dianalisa.

3.5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis statistik. Analisis statistik yang digunakan rumus regresi linear berganda yaitu :

3.5.1. Persamaan Garis Regresi

$$\hat{Y} = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + e_i$$

Keterangan :

\hat{Y} = Perilaku konsumen pasca pembelian

a = Konstanta

X_1 = Produk

X_2 = Harga

X_3 = Orang

X_4 = Bukti fisik

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien regresi

e_i = Error / residual / sisa

3.5.2. Analisis varians garis regresi

Untuk menguji signifikan garis regresi dengan menggunakan rumus :

$$R_{y(1,2,3,4)} = \sqrt{\frac{b_1 \sum X_1 y + b_2 \sum X_2 y + b_3 \sum X_3 y + b_4 \sum X_4 y}{\sum y^2}} \quad \text{Usman (1995:42)}$$

$R_{y(1,2,3,4)}$ = Koefisien korelasi antara y dengan $X_1, X_2, X_3,$ dan X_4

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien prediktor variabel X

$\sum X_1 y$ = total X_1 dengan variabel Y

$\sum X_2 y$ = total X_2 dengan variabel Y

$\sum X_3 y$ = total X_3 dengan variabel Y

$\Sigma x_4 y$ = total X_4 dengan variabel Y

Σy^2 = total kuadrat variabel Y

3.5.3 Uji F

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel X dan Variabel Y secara simultan digunakan uji F dengan rumus :

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

R^2 = Koefisien korelasi

k = Jumlah variabel bebas

n = Banyaknya sampel

(n-k-1) = dk penyebut

Damodar Gujarati

(dalam Sutrisno Djaja, 2002:41)

Jika F hitung \geq F tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika F hitung $<$ F tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.5.4. Uji t

Untuk mengetahui pengaruh variabel X dan variabel Y secara parsial digunakan uji t dengan rumus :

$$t = \frac{b}{S_b}$$

Rangkuti (2001:166)

b = Parameter estimasi dari variabel bebas

S_b = Standar error dari variabel bebas

Jika t hitung \geq t tabel (5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika t hitung $<$ t tabel (5%) maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Untuk menganalisis data-data yang diperoleh dari pengisian angket oleh responden, peneliti menggunakan alat bantu statistik melalui program SPSS for Windows versi 10 dari komputer.

• BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel bauran pemasaran yang terdiri produk (X_1), harga (X_2), orang (X_3) dan bukti fisik (X_4) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit pada pasien Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII Kabupaten Jember periode Oktober sampai dengan Desember Tahun 2002. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel yaitu $448,611 > 2,61$ atau $\alpha = 0,05 > \text{sig} = 0,00$.

Secara simultan diketahui bahwa bauran pemasaran yang terdiri produk (X_1), harga (X_2), orang (X_3) dan bukti fisik (X_4) bersama-sama memiliki pengaruh sebesar 98,1% terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit, sedangkan 1,9% perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit dipengaruhi oleh faktor yang lain, misalnya, kemudahan mendapatkan obat, keterjangkauan lokasi, kepentingan pribadi, dll.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial, diketahui bahwa variabel harga (X_2) merupakan variabel dari bauran pemasaran yang memiliki pengaruh dominan terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit dengan proporsi sumbangan sebesar 35, 9536% atau 36%. Mereka puas dengan tarif yang diberlakukan karena masih dapat dijangkau dengan kemampuan daya beli mereka.

5.2. Saran

- a. Tarif yang diberlakukan Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII hanya untuk masyarakat menengah keatas, perlu dipikirkan pelayanan untuk masyarakat kalangan menengah kebawah.

- b. Fasilitas didalam kamar inap yang mengalami kerusakan sebaiknya segera diperbaiki atau diganti dengan fasilitas yang baru agar pasien bisa menggunakan fasilitas tersebut untuk keperluannya.
- c. Keramahan yang diberikan pegawai (dokter, bidan, perawat dan karyawan lainnya) untuk melayani pasien perlu dibenahi agar pasien saat menjalani rawat inap tidak mengalami tekanan akibat sikap pegawai yang kurang ramah.



DAFTAR PUSTAKA

- Angel, Blackwell. James F. Miniard, Paul W. 1994. *Perilaku Konsumen jilid I*, Bina Aksara. Jakarta
- Basu Swastha. 1999. *Azas – azas Marketing*. Liberty. Yogyakarta
- BPS 2000. *Jember Dalam Angka 2000*. Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Jember.
- Buchari Alma. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung
- Carthy, Mc. Perreault, Jerome. William, D. 1995. *Intisari Pemasaran : Sebuah Ancangan Manajemen Global*. Bina Aksara. Jakarta
- Darmanto Djojodibroto. 1997. *Kiat – kiat Mengelola Rumah Sakit*. Hipokrates. Jakarta
- Freddy Rangkuji. 2001. *Riset Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Husaeni Usman. 1995. *Metodologi Penelitian Sosial*. Bumi Rupa Aksara. Bandung
- Husein Umar. 1997. *Metodologi Penelitian : Aplikasi dalam Pemasaran*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- J. Supranto. 1991. *Statistik : Teori dan Aplikasi*. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol Jilid I*. PT. Prenhallindo. Jakarta
- 1997. *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol Jilid II*. PT. Prenhallindo. Jakarta
- Kotler, Philip. Amstrong, Gary. 1997. *Dasar – dasar Pemasaran Jilid I*. PT. Prenhallindo. Jakarta
- Martinus Brahman Seviendi. 2000. *Analisis Faktor Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien Rawat Inap Rumah Sakit PTP Nusantara X di Jember*. Skripsi F.Ekonomi. Universitas Jember
- Murti Sumarni. John Soeprihanto. 1998. *Pengantar Bisnis : Dasar – dasar Ekonomi Perusahaan*. Liberty. Yogyakarta

- Norita Citra Yuliarti. 2001. *Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rumah Sakit PTPN X Jember*. Tesis Magister Manajemen. Program Pasca Sarjana. Universitas Jember.
- Rocdy Setyono. 1999. *Identifikasi Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa Kesehatan pada Rumah Sakit "BM" Surabaya*. Skripsi FISIP. Universitas Jember
- Suparto Adikoesoemo. 1997. *Manajemen Rumah Sakit*. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta
- Sutrisno Djaja. *Metodologi Penelitian Sosial*. FKIP. Universitas Jember
- Sutrisno Hadi. 1989. *Metode Research*. Andi Offset. Yogyakarta
- Widodo J. Pudjirahardjo. dkk. 2001. *Pokok-pokok Pikiran : Pembiayaan Kesehatan, Mutu Pelayanan Kesehatan, Pemasaran Jasa Pelayanan Kesehatan*. Makalah Program Pasca Sarjana. Universitas Airlangga
- Yazid. 2001. *Pemasaran Jasa : Konsep dan Implementasi*. Ekonisia. Fak. Ekonomi UII. Yogyakarta

MATRIK PENELITIAN

PERMASALAHAN	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	HIPOTESIS
<p>1. Bauran Pemasaran (X)</p> <p>a. Produk (X₁)</p> <p>b. Harga (X₂)</p> <p>c. Orang (X₃)</p> <p>d. Bukti fisik (X₄)</p>	<p>- Kualitas kamar inap</p> <p>- Tarif kelas perawatan</p> <p>- Tarif dokter</p> <p>- Penampilan</p> <p>- Kualitas pelayanan</p> <p>- Keamanan</p> <p>- Fasilitas kamar inap</p> <p>- Temperatur udara</p>	<p>1. Responden</p> <p>Pasien yang pernah menjalani rawat inap di Rumah Sakit Umum Kaluwates PTPN XII bulan Oktober sampai Desember Tahun 2002, dan pasien berdomisili di Kecamatan Kaluwates Kabupaten Jember.</p>	<p>1. Metode Penentuan Daerah Penelitian</p> <p>Metode yang digunakan adalah purposive yaitu Kecamatan Kaluwates Kabupaten Jember.</p> <p>2. Metode Penentuan Responden</p> <p>Metode penarikan sampel penelitian secara <i>Proporsional Random Sampling</i>, yaitu dari populasi yang berjumlah 68 orang diambil sampel sebesar 40 orang, dan jumlah tersebut, diambil dari tiap-tiap kelas perawatan sesuai proporsi masing-masing dan penentuan responden secara acak.</p>	<p>1. Diduga ada pengaruh yang signifikan bauran pemasaran (produk, harga, orang dan bukti fisik) terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit di Rumah Sakit Umum Kaluwates PTPN XII Kabupaten Jember periode Oktober sampai Desember Tahun 2002?</p>	
<p>2. Perilaku Konsumen Pasca Pembelian (Y)</p>	<p>- Kepuasan pasien</p> <p>- Pembelian ulang</p> <p>- Rekomendasi kepada orang lain</p>	<p>2. Informan</p> <p>Kepala Rumah Sakit Umum Kaluwates PTPN XII Kabupaten Jember</p>	<p>3. Metode Pengumpulan Data</p> <ul style="list-style-type: none"> - Observasi - Angket - Wawancara - Dokumentasi 	<p>2. Diduga harga adalah variabel bauran pemasaran yang memiliki pengaruh dominan terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit pada pasien Rumah Sakit Umum Kaluwates PTPN XII Kabupaten Jember periode Oktober sampai Desember Tahun 2002?</p>	
<p>3. Variabel manakah dari bauran pemasaran (produk, harga, orang dan bukti fisik) yang dominan mempengaruhi perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit pada pasien Rumah Sakit Umum Kaluwates PTPN XII Kabupaten Jember periode Oktober sampai Desember Tahun 2002?</p>		<p>3. Dokumentasi</p> <p>4. Angket</p>	<p>4. Metode Analisis Data</p> <p>a. Untuk mengetahui hubungan X dan Y</p> $\hat{Y} = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + e_i$ <p>b. Untuk menguji hipotesis</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uji Regresi Berganda - R^2 / k $F = \frac{(1 - R^2) / (n - k - 1)}{b}$ <ul style="list-style-type: none"> - Uji Regresi Parsial - $t = \frac{b}{S_b}$ 	<p>2. Diduga harga adalah variabel bauran pemasaran yang memiliki pengaruh dominan terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit pada pasien Rumah Sakit Umum Kaluwates PTPN XII Kabupaten Jember periode Oktober sampai Desember Tahun 2002?</p>	



Tuntunan Penelitian

1. Tuntunan Observasi

No	Data yang ingin diraih	Sumber Data
1.	Banyaknya kelas perawatan di Rumah Sakit Umum Kaliwates	Kepala Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII

2. Tuntunan Angket

No.	Data yang ingin diraih	Sumber data
1.	Pengambilan keputusan menggunakan jasa pelayanan kesehatan Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII	Responden
2.	Kepuasan menggunakan jasa pelayanan kesehatan Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII	Responden
3.	Keinginan menggunakan kembali Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII	Responden

3. Tuntunan Wawancara

No.	Data yang ingin diraih	Sumber data
1.	Tarif Masing-masing Kelas Perawatan di Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII	Bagian Pembayaran Rekening Pasien Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII
2.	Sejarah Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII	Kepala Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII

4. Tuntunan Dokumentasi

No.	Data yang ingin diraih	Sumber data
1.	Struktur Organisasi Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII	Arsip Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII
2.	Jumlah Rumah Sakit Umum dan Rumah Sakit Khusus di kota Jember	Arsip Dinas Kesehatan Jember
3.	Denah Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII	Arsip Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII
4.	Jumlah Pasien pengguna jasa layanan kesehatan Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII tahun 2002 yang berdomisili di Kecamatan Kaliwates	Arsip Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII

ANGKET PENELITIAN

Dengan hormat,

Dalam rangka penelitian dan penyusunan skripsi, kami sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi angket ini sejujurnya dan sebenar-benarnya.

Pengisian angket ini tidak ada hubungannya dengan jabatan atau prestasi, tetapi semata-mata untuk kepentingan ilmu pengetahuan yang kami tempuh. Kami menjamin sepenuhnya kerahasiaan pengisian atau jawaban atas angket yang kami berikan pada Bapak/Ibu/Saudara ini.

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

I. Petunjuk Pengisian

1. Jawablah pertanyaan-pertanyaan dibawah ini sesuai Bapak/Ibu/Saudara.

II. Identitas Responden

No. Responden (*)

Umur : tahun

Pekerjaan

.....

Menjalani rawat inap kelas :

Jenis Kelamin : L / P

III. Daftar Pertanyaan

A. MARKETING MIX (BAURAN PEMASARAN) Produk

1. Bagaimanakah penilaian Bapak/Ibu/Saudara mengenai kualitas yang ditempati saat menjalani rawat inap di Rumah Sakti Umum I
 - a. Sangat bersih dan sangat luas,
 - b. Bersih dan cukup luas
 - c. Bersih tetapi kurang luas
 - d. Kurang bersih dan kurang luas

Hormat kami,

Eko Nurwahyudianto



2. Berdasarkan jawaban no. 1, apakah kamar inap yang ditempati sesuai dengan keinginan Bapak/Ibu/Saudara ?

- a. Sangat sesuai
- b. Sesuai
- c. Cukup sesuai
- d. Kurang sesuai

Harga

1. Bagaimanakah penilaian Bapak/Ibu/Saudara mengenai tarif kelas perawatan (Kamar inap) yang diberlakukan Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII?

- a. Harganya (tarif kamar inap) terhitung sangat murah
- b. Harganya (tarif kamar inap) terhitung murah
- c. Harganya (tarif kamar inap) terhitung mahal
- d. Harganya (tarif kamar inap) terhitung sangat mahal

2. Bagaimanakah penilaian Bapak/Ibu/Saudara mengenai tarif dokter yang dibebankan kepada pasien?

- a. Harganya (tarif dokter) terhitung sangat murah
- b. Harganya (tarif dokter) terhitung murah
- c. Harganya (tarif dokter) terhitung mahal
- d. Harganya (tarif dokter) terhitung sangat mahal

3. Berdasarkan jawaban no. 1 dan no. 2, menurut Bapak/Ibu/Saudara apakah tarif yang diberlakukan sudah sesuai ?

a. Sangat sesuai

b. Sesuai

c. Cukup sesuai

d. Kurang sesuai

Orang

1. Bagaimanakah penampilan pegawai (dokter, bidan, perawat dan lainnya) dalam melayani Bapak/Ibu/Saudara saat dirawat di Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII ?

- a. Pakaian selalu bersih, selalu rapi dan ramah tamah
- b. Pakaian bersih dan ramah tamah
- c. Pakaian bersih tetapi kurang ramah tamah
- d. Pakaian kurang bersih dan kurang ramah tamah

2. Bagaimanakah menurut penilaian Bapak/Ibu/Saudara tentang (misalnya kesediaan membantu pasien setiap saat apabila keakuratan pengobatan, dll) yang diberikan oleh pegawai (dokter, perawat dan karyawan lainnya) di Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII ?

- a. Sangat cepat dan sangat memuaskan
- b. Cepat dan memuaskan
- c. Cepat tetapi kurang memuaskan
- d. Kurang cepat dan kurang memuaskan

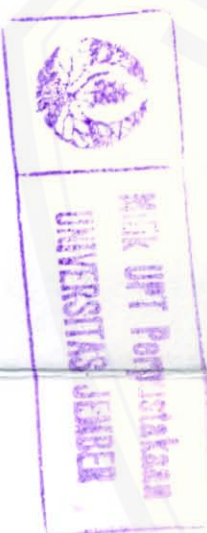


Bukti fisik

1. Selama Bapak/Ibu/Saudara menjalani rawat inap di Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII apakah gangguan-gangguan (misalnya keramatian punggung keluarga pasien lain, kehilangan barang-barang didalam kamar inap, dll) terjadi ?
 - a. Gangguan tersebut tidak pernah terjadi
 - b. Gangguan tersebut kadang-kadang terjadi
 - c. Gangguan tersebut sering terjadi
 - d. Gangguan tersebut selalu terjadi
2. Menurut Bapak/Ibu/Saudara bagaimanakah fasilitas yang disediakan di kamar inap (kamar mandi, tempat tidur, dll) tempat Bapak/Ibu/ Saudara dirawat ?
 - a. Seluruh fasilitas kamar inap yang ada dapat digunakan
 - b. Sebagian besar dari seluruh fasilitas kamar inap yang ada dapat digunakan
 - c. Setengah dari seluruh fasilitas kamar inap yang ada dapat digunakan
 - d. Sebagian kecil dari fasilitas kamar inap yang ada dapat digunakan
3. Bagaimanakah temperatur udara atau suhu didalam kamar inap selama Bapak/Ibu/Saudara dirawat di Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII ?
 - a. Sangat sesuai
 - b. Sesuai
 - c. Cukup sesuai
 - d. Kurang sesuai

B. PERILAKU KONSUMEN

1. Bagaimanakah perasaan Bapak/Ibu/Saudara setelah menjalah kesehatan di Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII ?
 - a. Sangat puas, karena melebihi harapan saya
 - b. Puas, karena sesuai dengan harapan saya
 - c. Cukup puas, karena cukup sesuai dengan harapan saya
 - d. Kurang puas, karena kurang sesuai dengan harapan saya
2. Apakah Bapak/Ibu/Saudara setuju untuk memilih Rumah Kaliwates PTPN XII kembali jika suatu saat memerlukan kesehatan ?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Cukup setuju
 - d. Kurang setuju
3. Apakah Bapak/Ibu/Saudara menginformasikan untuk memilih Rumah Umum Kaliwates PTPN XII kepada orang lain (teman, teman membutuhkan perawatan kesehatan ?
 - a. Ya, saya selalu menginformasikannya
 - b. Saya sering menginformasikannya
 - c. Saya jarang menginformasikannya
 - d. Saya tidak pernah menginformasikannya



**Daftar Tarif Dokter di Rumah Sakit Umum Kaliwates PTP Nusantara XII
tahun 2002**

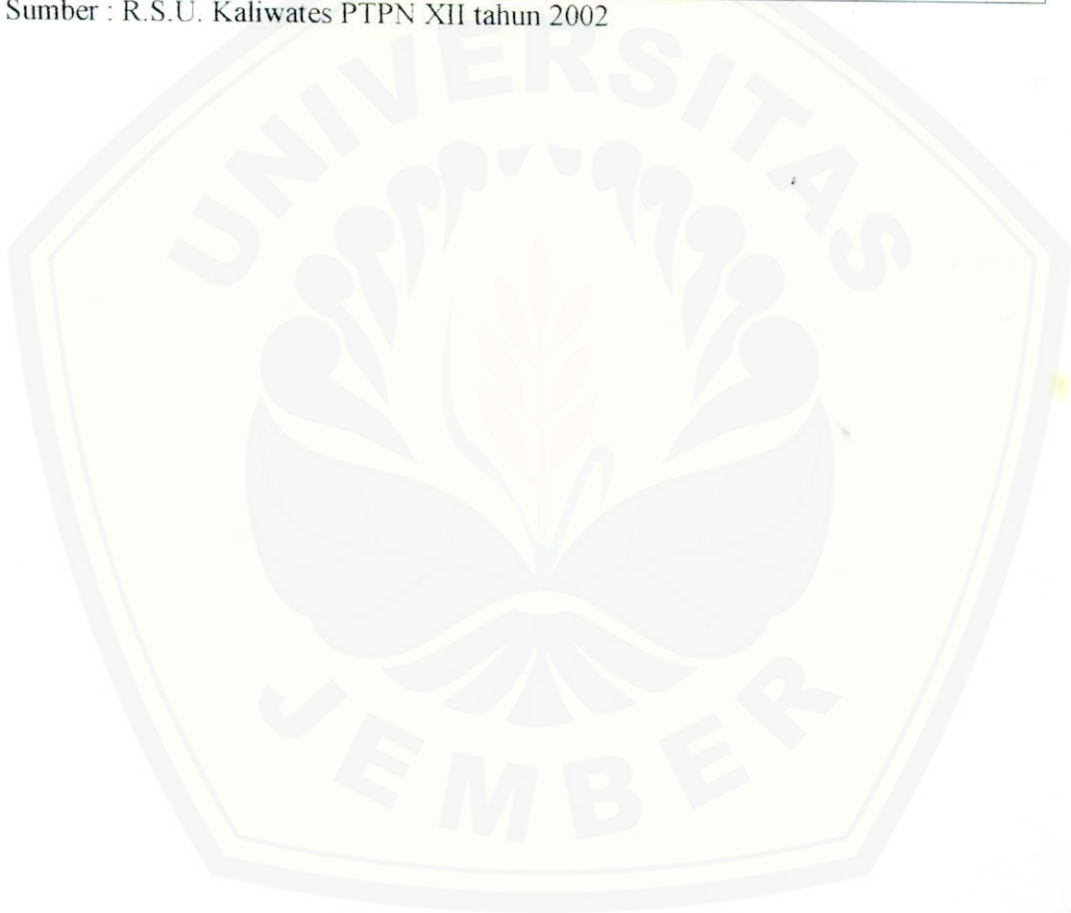
No	Spesialisasi	Nama Dokter	Tarif rata-rata satu kali periksa
1	Dokter Umum	dr. Lilik	Rp. 50.000
		dr. Nazym	Rp. 35.000
		dr. Dwianto	Rp. 35.000
		dr. Heru S.	Rp. 35.000
2	Dokter T.H.T.	dr. Djoko Kuntoro	Rp. 125.000
3.	Dokter Jantung	dr. Sutikno	Rp. 150.000
		dr. Dandy	Rp. 125.000
		dr. Purwanto	Rp. 100.000
4.	Dokter Paru	dr. S.Budi Raharja	Rp. 125.000
		dr. Edy Nurcahyo	Rp. 100.000
		dr. Sugeng B.R.	Rp. 125.000
5.	Dokter Internest	dr. Hudoyo	Rp. 100.000
		dr. Usman G.R.	Rp. 125.000
6.	Dokter Syaraf	dr. Suprapti	Rp. 125.000
		dr. Suharno	Rp. 100.000
		dr. Suharman	Rp. 100.000
7.	Dokter Anak	dr. Susetyo	Rp. 100.000
		dr. A. Nury	Rp. 100.000
		dr. Endang M.	Rp. 150.000
		dr. Rachmat	Rp. 125.000
8.	Dokter Kandungan	dr. Gogot	Rp. 125.000
		dr. Wasis	Rp. 125.000
		dr. H. Moerad	Rp. 125.000
		dr. Budiantoro	Rp. 125.000

dilanjutkan

lanjutan

No	Spesialisasi	Nama Dokter	Tarif rata-rata satu kali periksa
	Dokter Bedah Umum	dr. Purnohadi	Rp. 150.000
		dr. Duriyanto	Rp. 150.000
		dr. Bambang A.	Rp. 150.000
10.	Dokter Bedah Tulang	dr. Suparimbo	Rp. 150.000
		dr. Nyoman	Rp. 150.000

Sumber : R.S.U. Kaliwates PTPN XII tahun 2002



Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Perilaku Konsumen Pasca Pembelian	10,65	1,23	40
Produk	5,73	1,18	40
Harga	9,73	1,15	40
Orang	4,65	1,23	40
Bukti Fisik	8,65	1,21	40

Correlations

		Perilaku Konsumen Pasca Pembelian	Produk	Harga	Orang	Bukti Fisik
Pearson Correlation	Perilaku Konsumen Pasca Pembelian	1,000	,923	,977	,966	,931
	Produk	,923	1,000	,906	,923	,795
	Harga	,977	,906	1,000	,941	,921
	Orang	,966	,923	,941	1,000	,880
	Bukti Fisik	,931	,795	,921	,880	1,000
Sig. (1-tailed)	Perilaku Konsumen Pasca Pembelian		,000	,000	,000	,000
	Produk	,000		,000	,000	,000
	Harga	,000	,000		,000	,000
	Orang	,000	,000	,000		,000
	Bukti Fisik	,000	,000	,000	,000	
N	Perilaku Konsumen Pasca Pembelian	40	40	40	40	40
	Produk	40	40	40	40	40
	Harga	40	40	40	40	40
	Orang	40	40	40	40	40
	Bukti Fisik	40	40	40	40	40

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Bukti Fisik, Produk, Orang, Harga		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Perilaku Konsumen Pasca Pembelian

Model Summary

	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
Model					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,990	,981	,979	,18	,981	448,611	4	35	,000

a Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Produk, Orang, Harga

b Dependent Variable: Perilaku Konsumen Pasca Pembelian

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57,969	4	14,492	448,611	,000
	Residual	1,131	35	3,230E-02		
	Total	59,100	39			

a Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Produk, Orang, Harga

b Dependent Variable: Perilaku Konsumen Pasca Pembelian

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	2,671	,429		6,220	,000			
	Produk	,152	,070	,145	2,157	,038	,923	,342	,050
	Harga	,392	,099	,368	3,959	,000	,977	,556	,093
	Orang	,293	,082	,293	3,561	,001	,966	,516	,083
	Bukti Fisik	,224	,065	,220	3,450	,001	,931	,504	,081

a Dependent Variable: Perilaku Konsumen Pasca Pembelian

Nilai Kritis Distribusi F
 Nilai Persentil Untuk Distribusi F
 (Bilangan Dalam Badan Daftar Menyatakan F_p ; Baris Atas Untuk $p = 0,05$ dan Baris Bawah Untuk $p = 0,01$)

df	1	2	3	4
25	4,24	3,38	2,99	2,76
	7,77	5,57	4,68	4,18
26	4,22	3,37	2,89	2,74
	7,72	5,53	4,64	4,14
27	4,21	3,35	2,96	2,73
	7,68	5,49	4,60	4,11
28	4,20	3,34	2,95	2,71
	7,64	5,45	4,57	4,07
29	4,18	3,33	2,93	2,70
	7,60	5,52	4,54	4,04
30	4,17	3,32	2,92	2,69
	7,56	5,39	4,51	4,02
32	4,15	3,30	2,90	2,67
	7,50	5,34	4,46	3,97
34	4,13	3,28	2,88	2,65
	7,44	5,29	4,42	3,93
36	4,11	3,26	2,80	2,63
	7,39	5,25	4,38	3,89
38	4,10	3,25	2,85	2,62
	7,35	5,21	4,34	3,86
40	4,08	3,23	2,84	2,61
	7,31	5,18	4,31	3,83
42	4,07	3,22	2,83	2,59
	7,27	5,15	4,29	3,80
44	4,06	3,21	2,82	2,58
	7,24	5,12	4,26	3,78
46	4,05	3,20	2,81	2,57
	7,21	5,10	4,24	3,76

NILAI KRITIS DISTRIBUSI t

α for one-tailed test

df	.10	.05	.025	.01	.005
1	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.341	1.753	2.132	2.602	2.947
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660
120	1.289	1.658	1.980	2.358	2.617
x	1.282	1.645	1.960	2.326	2.576

PROSENTASE VARIABEL BEBAS (X) DAN VARIABEL TERIKAT (Y)

No.	Pertanyaan / sub indikator	Nilai							
		4		3		2		1	
		F	%	F	%	F	%	F	%
	Produk								
1	Kualitas kamar inap	9	22,5	21	52,5	9	22,5	1	2,5
2	Kesesuaian kamar inap dengan keinginan pasien	6	15	21	52,5	11	27,5	2	5
	Harga								
3	Tarip kamar inap	12	30	23	57,5	5	12,5	0	0
4	Tarip dokter	9	22,5	28	70	3	7,5	0	0
5	Kesesuaian harga dengan keinginan pasien	16	40	24	60	0	0	0	0
	Orang								
6	Penampilan pegawai	0	0	19	47,5	14	35	7	17,5
7	Kualitas pelayanan dari pegawai	0	0	18	45	18	45	4	10
	Bukti fisik								
8	Keamanan	9	22,5	17	42,5	11	27,5	3	7,5
9	Fasilitas kamar inap	1	2,5	25	62,5	14	35	0	0
10	Temperatur udara	13	32,5	21	52,5	6	15	0	0
	Perilaku konsumen Pasca Pembelian								
11	Kepuasan pasien	16	40	23	57,5	1	2,5	0	0
12	Pembelian ulang / keinginan memilih kembali	27	67,5	13	32,5	0	0	0	0
13	Rekomendasi kepada orang lain	25	62,5	14	35	1	2,5	0	0

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : EKO Nurwahyudianto
 NIM/Angkatan : 970210301070
 Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS / Pendidikan Ekonomi
 Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap perilaku konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit (Studi kasus pada pasien Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII bulan Oktober - Desember th. 2002
 Pembimbing I : Drs. Sutrisno Djaja, MM
 Pembimbing II :

KEGIATAN KONSULTASI

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	T.T. Pembimbing
1.	Senin, 17 - 9 - 2002	Judul	
2.	Senin, 24 - 9 - 2002	Matrik	
3.	Senin, 28 - 10 - 2002	Matrik, Bab I, Bab II, Bab III	
4.	Senin, 4 - 11 - 2002	Matrik, Bab I, Bab II, Bab III	
5.	Senin, 9 - 12 - 2002	Acc seminar	
6.	Rabu, 18 - 2 - 2003	Revisi Bab I, Bab II, Bab III	
7.	Senin, 24 - 2 - 2003	Acc Penelitian	
8.	Rabu, 21 - 5 - 2003	Bab IV, Bab V	
9.			
10.	Senin, 16 - 6 - 2003	Acc Ujian	
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			

CATATAN : 1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi
 2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Eko Nurwahyudianto
 NIM/Angkatan : 970210301070
 Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS / Pendidikan Ekonomi
 Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap perilaku Konsumen setelah menggunakan jasa perawatan rumah sakit (studi kasus pada pasien Rumah Sakit Umum Kaliwates PTPN XII bulan Oktober - Desember th. 2002
 Pembimbing I :
 Pembimbing II : Drs. Joko Widodo, MM

KEGIATAN KONSULTASI

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	T.T. Pembimbing
1.	Senin, 17-9-2002	Judul, Matrik	Ju Ju
2.	Senin, 24-9-2002	Matrik, Bab I, Bab II, Bab III	Ju Ju
3.	Senin, 4-11-2002	Matrik, Bab I, Bab II, Bab III	Ju Ju
4.	Rabu, 13-11-2002	Matrik, Bab I, Bab II, Bab III	Ju Ju
5.	Rabu, 13-11-2002	Acc seminar proposal	Ju Ju
6.	Rabu, 18-2-2003	Revisi Bab I, Bab II, Bab III	Ju Ju
7.	Senin, 24-2-2003	Acc penelitian	Ju Ju
8.	Rabu, 21-5-2003	Bab IV, Bab V	Ju Ju
9.	Senin, 16-6-2003	Acc ujian skripsi	Ju Ju
10.			
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			

CATATAN : 1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi
 2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**A. IDENTITAS**

1. Nama : Eko Nurwahyudianto
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 2 Maret 1979
3. Agama : Islam
4. Nama Ayah : Madra'i
5. Nama Ibu : Sri Wahyuni
6. Alamat : Jl. Melati III No. 59 Jember

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

No.	Nama Sekolah	Tempat	Tahun
1.	SD Negeri Kaliwates I Jember	Jember	1991
2.	SMP Negeri 6 Jember	Jember	1994
3.	SMK Negeri I Jember	Jember	1997

C. KEGIATAN ORGANISASI

No.	Nama Kegiatan	Tempat	Tahun
1.	KOPMA Pendidikan Ekonomi	FKIP	1998
2.	KOPMA Pendidikan Ekonomi	FKIP	1999



MIK UPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER