

PENGARUHBAURANPEMASARANJASATERHADAPPERSEPSI KONSUMEN DI RUMAH SAKIT UMUM DENISA GRESIK

Denny Astanto, Wiwik Setiyawati

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Persepsi Konsumen di Rumah Sakit Umum Denisa Gresik yang terdiri dari Produk, Tempat, Bukti Fisik.. Rancangan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik Non-Probability Sampling dengan metode analisis deskriptif dan metode rata-rata hitung (mean score). Sampel yang diambil sebanyak 60 responden dari pasien rawat inap di Rumah Sakit Umum Denisa Gresik. Hasil penelitian uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa variabel produk (X_1), tempat (X_2) dan bukti fisik (X_3) semua menunjukkan valid dan reliabel. Dikatakan valid karena semua nilai signifikannya $< 0,05$. Dan dianggap reliabel atau handal dalam melakukan fungsinya sebagai alat ukur karena menunjukkan bahwa setiap variabel mempunyai nilai Cron boach alpha (α) lebih besar dari 0.632.

Kata kunci: Produk, Tempat, Bukti Fisik, Persepsi Konsumen, Metode rata-rata (mean score)

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Rumah Sakit Umum Denisa Gresik adalah rumah sakit swasta kelas D. Dengan mutu pelayanan yang baik akan dapat memuaskan pasien. Oleh karena itu untuk melihat apakah program-program pemasaran atau kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan sudah efektif maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap persepsi konsumen yang

akan memberikan masukan bagi bagian marketing rumah sakit untuk membuat program-program pemasaran yang dapat meningkatkan mutu pelayanan sehingga memberikan nilai lebih bagi konsumen, dalam penelitian ini variabel yang diambil dalam bauran pemasaran jasa adalah hanya variabel produk, tempat, dan bukti fisik, karena variabel-variabel tersebut menurut peneliti dapat dijadikan landasan sebagai dasar penelitian, maka berdasarkan atas latar belakang masalah tersebut, peneliti mengambil

sebuah judul “PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN DI RUMAH SAKIT UMUM DENISA GRESIK”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diungkapkan di atas terdapat beberapa hal yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah : Bagaimana Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Produk, Tempat, dan Bukti Fisik terhadap Persepsi Konsumen di Rumah Sakit Umum Denisa Gresik.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah. Untuk mengetahui Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Produk , Tempat dan Bukti Fisik terhadap Persepsi Konsumen di Rumah Sakit Umum Denisa Gresik.

Manfaat Penelitian

Dapat memberikan wawasan sumber informasi, ataupun sebagai tambahan pengetahuan yang lebih baik.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

1. Pengertian Manajemen
Pengertian manajemen sebagaimana dikemukakan oleh George R Terry yang dikutip Herlambang (2016:9) mengatakan bahwa manajemen adalah “Proses yang khas yang terdiri dari tindakan *planning, organizing, actuating, dan controlling* yang penggunaannya secara ilmu dan seni untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan”.
2. Manajemen Pemasaran
Menurut Murti Sumarmi yang dikutip Sunyoto (2012:221) manajemen pemasaran adalah “Analisis ,

perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran (*target buyers*) dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasional”.

3. Pengertian Jasa
Menurut Kotler dan Keller (2008) yang dikutip Ririn dan Mastutu (2011:3) definisi jasa adalah “Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bias berkaitan dengan produk fisik atau tidak”.
4. Persepsi Konsumen
Menurut Solomon yang dikutip Sunyoto (2012:83) persepsi konsumen adalah “*Perception is the process by which these sensations are selected, organized, and interrupted*”. Artinya adalah setiap individu atau konsumen memandang suatu benda yang sama dengan persepsi yang berbeda-beda, hal ini disebabkan oleh adanya proses seleksi dari banyaknya stimulan yang diterima oleh individu.
5. Ruang Lingkup/ Batasan Masalah
Dari beberapa Variabel Bauran Pemasaran Jasa, dalam penelitian ini hanya dibatasi tiga variabel yaitu, produk, tempat, dan bukti fisik. Karena dalam ketiga variabel tersebut jika dilihat dari segi persepsi konsumen sangat berpengaruh sekali terhadap kepuasan konsumen dalam memilih jenis Rumah Sakit, karena semakin besar manfaat yang dirasakan oleh konsumen akan mempunyai nilai positif.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Rumah Sakit Umum Denisa Gresik. Yang beralamat di Jl. Dr. Wahidin Sudirohusodo No. 736 Gresik. Dan yang menjadi obyek penelitian ini adalah pasien rawat inap.

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan yang diteliti, metode yang digunakan penelitian ini adalah jenis metode diskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*.)

1. Variabel Bebas X (*Independent*) adalah variabel yang mempengaruhi perubahan nilai variabel bebas. Dalam penelitian ini, sebagai variabel bebas adalah bauran pemasaran jasa (X).
2. Variabel terikat Y (*dependent*) adalah variabel yang nilainya tergantung dari perubahan variasi nilai variabel terikat.

Dalam penelitian ini, sebagai variabel terikat adalah persepsi konsumen (Y).

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi Penelitian

Menurut Sunyoto (2012:48) populasi adalah “jumlah dari keseluruhan obyek (satuan atau individu) yang karakteristiknya hendak diduga”. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap di Rumah Sakit

Umum Denisa Gresik, yang berobat pada bulan Januari 2016 yang berjumlah 158 pasien.

2. Ukuran Sampel

Dalam menentukan ukuran sampel dari suatu populasi, peneliti menggunakan rumus Slovin Ginting dan Situmorang, (2008: 132)

$$\text{yaitu : } n = \frac{N}{1+Ne}$$

Keterangan :

n= jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = batas kesalahan

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah

$$n = \frac{158}{1 + 158 (0,1)^2}$$

n = 61,24 (di bulatkan menjadi 60 orang)

Teknik Pengambilan Sampel

Instrumen utama yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner. Bentuk pertanyaan yang digunakan kuesioner adalah struktur *non disqued*, yaitu bentuk pertanyaan yang telah disusun sebelumnya dengan tujuan agar maksud pertanyaan dapat diketahui dengan jelas. Setiap jenis responden dinilai dengan menggunakan skala yang berpedoman pada skala likert. Metode sampling yang digunakan penelitian yaitu dengan mengambil teknik pemilihan sampel nonprobabilitas yaitu pemilihan sampel bertujuan (*purposive sampling*).

Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data seperti yang dimaksud, maka tekhnik atau metode yang akan dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner. Kuesioner dibuat dengan kategori menggunakan skala likert, skala ini mengukur ordinal

karena hanya dapat membuat ranking tetapi tidak dapat diketahui berapa kali satu responden lebih baik atau lebih buruk dari responden lainnya di dalam nilai skala Sidik dan Muis dikutip oleh Sunyoto, (2012:94) .

Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah jenis data kuantitatif.

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer yang dikumpulkan meliputi:

- 1) Data variabel independen (bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, tempat, dan bukti fisik).
- 2) Data variabel dependen (persepsi konsumen di Rumah Sakit Umum Denisa Gresik).

b. Sumber Data Skunder

Data skunder yang dikumpulkan dalam penelitian meliputi data kunjungan pasien di Rumah Sakit Umum Denisa Gresik.

Metode Analisis Data

Statistik Deskriptif Sampel

Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, karena bertujuan memaparkan data hasil penelitian Silalahi, (2009:336).

Uji Instrumen penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian evaluasi muatan lokal teknik uji validitas korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson.

Rumus tersebut adalah:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

Rxy= Koefisien korelasi

X = Skor butir

Y = Skor total yang diperoleh

N = Jumlah responden

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat nilai X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat nilai Y

Sugiyono, (2014:183)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan rumus *cronbachalpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

n : Reliabilitas instrumen

\sum : jumlah varians butir

σ_t^2 : Varians total

K : banyaknya butir pertanyaan item

Analisis Dan Uji Hipotesis

Data-data yang diperoleh dari jawaban responden kemudian diolah dengan bantuan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 18.0 didapatkan hasil sebagai berikut.

1. Analisis dengan distribusi frekuensi dan metode rata-rata (mean)

Untuk menghitung nilai rata-rata (*mean*) digunakan rumus Sugiyono,(2008):

$$\text{Mean} = \frac{\sum f X}{N}$$

Dimana :

F = Frekuensi jawaban responden

X = Skor jawaban responden

N = Jumlah sampel

Tabel 3.6
Skala Interval Jawaban Responden

Interval	Keterangan
4,20 - 5	Sangat Baik
3,40 - 4,19	Baik
2,60 - 3,39	Cukup Baik
1,80 - 2,59	Tidak Baik
1,00 - 1,79	Sangat Tidak Baik

Sumber: Sugiyono (2008)

2. Analisis Crosstab

Menurut Silalahi,(2009 :334) Analisis crosstab adalah suatu metode analisis berbentuk tabel, dimana menampilkan tabulasi silang atau tabel kontingensi yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengetahui apakah ada korelasi atau hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Singkatnya, *analisis crosstab* merupakan metode untuk mentabulasikan beberapa variabel yang berbeda ke dalam suatu matriks. Tabel yang dianalisis di sini adalah hubungan antara variabel dalam baris dengan variabel dalam kolom. Kerangka tabel yang digunakan untuk tujuan ini tentu saja memuat dua atau lebih unsur atau variabel pengamatan yang disusun dalam satu tabel yang disebut tabel silang, kadang kadang disebut tabel kontingensi (*contingency table*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Sejarah Singkat Rumah Sakit Umum Denisa Gresik

Rumah Sakit Umum Denisa Gresik diresmikan sebagai Rumah Sakit Umum pada tahun 2006 oleh pemerintah kabupaten Gresik, yang dibentuk dan dilindungi oleh Badan Hukum yang

berbentuk Perseroan Terbatas dengan nama PT. Denisa Hanesti Pratama. Struktur kepemimpinan PT. Denisa Hanesti Pratama adalah sebagai Direksi yaitu dra. Sudar Ita Farida, M.Hum dan sebagai Direktur oleh dr. Bambang Prihadi Sp.OG (K). Rumah Sakit Umum Denisa Gresik berlokasi di jl. Dr. Wahidin Sudirohusodo No. 736 Gresik, dengan luas tanah sebesar 2.703 m².

Deskripsi Responden

Berikut ini merupakan data deskriptif pengisi kuesioner yang terdiri :

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Berdasarkan analisis, jenis kelamin responden dapat diketahui bahwa sebagian besar jenis kelamin responden adalah perempuan sebanyak 33 orang atau 55%. Sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 27 orang atau 45% .
2. Responden Berdasarkan Usia Berdasarkan analisis, dari 60 responden sebagian besar berusia antara > 25-30 tahun yaitu sebanyak 26 orang atau 43%, dan responden terkecil dengan usia 45 tahun ke atas yaitu sebanyak 4 orang atau 7%.
3. Responden Berdasarkan Pendidikan Berdasarkan analisis menunjukkan bahwa sebagian besar pendidikan terakhir responden adalah SMA yaitu sebesar 52% atau 31 orang, sedangkan sebagian kecil pendidikan terakhir responden adalah D4-S1 yaitu 12%.
4. Responden Berdasarkan Pekerjaan Berdasarkan analisis, pekerjaan responden menunjukkan bahwa sebagian besar pekerjaan responden adalah pegawai swasta yaitu sebesar 34% atau 20 orang, sedangkan pekerjaan responden yang terkecil adalah pegawai negeri yaitu 8% atau 5 orang.

5. Responden Berdasarkan Penghasilan Berdasarkan analisis, penghasilan responden menunjukkan sebagian besar responden mempunyai penghasilan antara > 2.500.000 – 5.000.000 yaitu sebanyak 30 orang atau 50%, dan sebagian kecil responden mempunyai penghasilan 5.000.000 ke atas yaitu sebanyak 5 orang atau 8%.

Deskripsi Variabel Penelitian

1. Tanggapan Responden Terhadap variabel Bauran Pemasaran Jasa Produk (X_1)
Berdasarkan analisis, dapat diketahui bahwa nilai persentasi tertinggi berada pada skor 4 atau jawaban setuju yaitu dapat diartikan bahwa sebagian besar responden rata-rata memberikan tanggapan setuju terhadap variabel Bauran Pemasaran Jasa Produk (X_1).
2. Tanggapan Responden Terhadap variabel Bauran Pemasaran Jasa Tempat (X_2)
Berdasarkan analisis, dapat diketahui bahwa nilai persentasi tertinggi berada pada skor 4 atau jawaban setuju yaitu dapat diartikan bahwa sebagian besar responden rata-rata memberikan tanggapan setuju terhadap variabel Bauran Pemasaran Jasa Tempat (X_2).
3. Tanggapan Responden Terhadap variabel Bauran Pemasaran Jasa Bukti Fisik (X_3)
Berdasarkan analisis, dapat diketahui bahwa nilai persentasi tertinggi berada pada skor 4 atau jawaban setuju yaitu dapat diartikan bahwa sebagian besar responden rata-rata memberikan tanggapan setuju terhadap variabel Bauran Pemasaran Jasa Bukti Fisik (X_3).

Pembahasan

Karakteristik Responden

Berdasarkan variabel penelitian mengenai tanggapan variabel Bauran Pemasaran Jasa Produk, Tempat, dan Bukti Fisik bahwa nilai presentasi tertinggi berada pada skor 4 atau jawaban setuju.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan beberapa kesimpulan diatas maka dapat diketahui bahwa pada umumnya responden yang diteliti memiliki pengaruh bauran pemasaran jasa yang baik terhadap persepsi konsumen di Rumah Sakit Umum Denisa Gresik, dan yang paling berpengaruh terhadap persepsi konsumen adalah variabel bukti fisik (X_3) yaitu mempunyai rata-rata (*mean score*) sebesar 3,86 dibandingkan variabel produk (X_1) dan variabel tempat (X_2), yaitu mencakup tampilan fisik gedung, kenyamanan dan kebersihan ruang tunggu dan toilet serta kerapihan karyawan telah berjalan dengan baik.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan beberapa saran yaitu :

1. Pihak Manajemen Rumah Sakit Umum Denisa Gresik Rumah Sakit Umum Denisa Gresik perlu meningkatkan aspek bauran pemasaran jasa pada item pernyataan tidak setuju pada variabel produk dan bukti fisik. Dalam penelitian ini, peneliti dapat memberikan saran kepada pihak manajemen Rumah Sakit Umum Denisa Gresik untuk lebih meningkatkan pendaftaran pasien melalui telepon, karena sangat membantu dan memudahkan pasien yang akan diperiksa, dan juga

menyediakan lahan parkir yang cukup memadai untuk pelanggan.

2. Penelitian yang akan datang

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian di luar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini lebih banyak, misalnya harga, promosi, orang dan proses, sehingga hasil dari penelitian yang didapatkan akan lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ginting, Paham dan Syafrizal H Situmorang. 2008. *Filsafat dan Metode Riset*, USU Press, Medan.
- Herlambang Susatyo.2016. *Manajemen Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit*. Cetakan Pertama. Sendangadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta.
- Ririn, Mastuti. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan 1. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Silalahi, Ulber. 2009 . *Metode Penelitian Sosial*. Cetakan Kesatu, Refika Aditama Bandung.
- Sunyoto Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*.Jakarta: PT. Buku Seru.
- Sugiyono.2008.*Metode Penelitian Bisnis*. Bandung Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung CV. Alfabeta.