

FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN KEPUTUSAN PELANGGAN DALAM MEMILIH KEMBALI JASA PELAYANAN RAWAT INAP DI RUMAH SAKIT ISLAM JOMBANG

Muhammad Zulfikar, Abdul Ghofar

Abstract

Customer behavior in decision-making of choosing a facility inpatient services is influenced by several factors include social, cultural, individual and psychological. With customer expectations get a sense of security in fulfilling the need in solving health problems, so the hospital must improve services and give satisfaction commensurate with the costs incurred by the patient.

This type of analytic study correlation with *Cross Sectional* design. Independent variables in this study are factors associated with the customer's decision of social, cultural, individual, psychological. While the dependent variable is the decision in selecting back rawat inpatient services. This research instruments used Questioner then tabulated and analyzed using *Spearman's Rho* test statistic with a value of $\alpha = 0.05$.

The results of *Spearman's Rho* test statistic value of 0.007 obtained from the individual factors, psychological factors 0.001, 0.011 from social factors, cultural factors 0.023 from the value of $\alpha = 0.05$, where H_0 is rejected and H_1 accepted which means there is a relationship between factors associated with the customer's decision in selecting back-patient services at the Islamic Hospital Jombang.

Decision customers choose inpatient services is influenced by several factors including: individual factors, psychological factors, social factors and cultural factors. Thus, the client has authority to make a decision in the use of hospital services both in the service of safe, comfortable and can meet clients' needs and expectations.

Keywords: individual factors, psychological factors, social factors, cultural factors, the customer's decision.

PENDAHULUAN

Persaingan yang ketat antar Rumah Sakit dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan salah satunya tergantung dari tingkat kepuasan klien yang merasa harapannya telah terpenuhi/terlampau. Kepuasan yang dirasakan merupakan kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan mutu pelayanan yang diterima dan tingkat kemajuan kondisi kesehatan yang dialaminya (Gerson, 2002).

Dengan demikian, klien memiliki kewenangan penuh untuk membuat suatu keputusan dalam penggunaan jasa pelayanan rumah sakit baik dalam pelayanan yang aman, nyaman serta dapat memenuhi kebutuhan dan harapan klien. Walaupun biaya yang dikeluarkan tidak sedikit karena klien menginginkan pelayanan yang memuaskan untuk mengatasi masalah kesehatannya. Semakin sempurna pelayanan yang dirasakan klien, maka semakin baik pula

gambaran klien tentang mutu pelayanan kesehatan (Azwar,A, 1996).

Salah satu indikator untuk menilai mutu rumah sakit adalah dengan cara menghitung BOR yaitu prosentase rata-rata penggunaan tempat tidur rumah sakit pada satuan waktu tertentu. Indikator ini menggambarkan rasio antara tempat tidur yang dihuni dan yang tersedia/menggambarkan tingkat pemanfaatan rumah sakit (Muninjaya, 1999). Berdasarkan data rekam medis RSI Jombang dalam kurun waktu 3 tahun terakhir ini menunjukkan kecenderungan menurun. Pada tahun 2006 BOR rata-rata RSI Jombang 31%, sedangkan tahun 2007 BOR rata-rata RSI Jombang 30%, dan tahun 2008 BOR rata-rata RSI Jombang 27%. Dari kapasitas tempat tidur yang disediakan rumah sakit sebanyak 59 tempat tidur, padahal manajemen rumah sakit berharap BOR minimal yang harus dicapai minimal 50 % (Rekam Medis RSI, 2007). Meskipun menurut Standart Nasional Rumah Sakit Indonesia BOR rumah sakit yang baik adalah 75 – 85 % (Muninjaya, 1999). Penurunan yang terjadi dimungkinkan karena banyaknya bermunculan klinik pelayanan kesehatan disekitar rumah sakit yang menawarkan tarif lebih murah dan kurangnya fasilitas pendukung pelayanan kesehatan yang dimiliki RSI dibandingkan dengan rumah sakit disekitarnya.

Perilaku pelanggan/konsumen dalam mengambil keputusan memilih fasilitas jasa pelayanan rawat inap dipengaruhi

oleh beberapa faktor/komponen antara lain faktor sosial, faktor budaya, faktor individu dan faktor psikologi. Dengan harapan pelanggan memperoleh rasa aman dalam pemenuhan kebutuhan dalam menyelesaikan masalah kesehatannya (Kotler dan Amstrong, 2004). Untuk memenuhi kebutuhan klien, rumah sakit harus meningkatkan pelayanan dan memberikan kepuasan sepadan dengan biaya yang dikeluarkan dengan mutu pelayanan yang diterima dan tingkat kemajuan kondisi kesehatan yang dialami (Supranto, 1998). Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor apa saja yang berhubungan dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang guna menyelesaikan masalah kesehatannya.

Konsep Pelanggan

a. Perilaku Konsumen

Setiap pelanggan memiliki keinginan dan harapan yang berbeda dalam memenuhi kebutuhan dan bila kebutuhan itu terpenuhi pelanggan menjadi puas dan kemudian menjadi pelanggan loyal.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan menggunakan jasa pelayanan

1) Faktor Budaya

Budaya merupakan serangkaian nilai, persepsi, keinginan, dan perilaku dasar yang dipelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga dan instansi penting lain.

a) Kultur

Kultur adalah faktor penentu paling pokok dari keinginan dari perilaku seseorang. Manusia perilakunya dipelopori dari lingkungan sekitarnya.

b) Sub kultur

Tiap kultur memiliki sub kultur yang lebih kecil atau kelompok dengan sistem nilai sama berdasarkan pengalaman dan situasi hidup yang sama. Sub kultur mencakup asal kebangsaan/agama, kelompok sosial dan wilayah geografik.

c) Kelas sosial

Kelas sosial adalah susunan yang relatif permanen dan teratur dalam kelas sosial tidak ditentukan faktor tunggal seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai suatu masyarakat yang anggotanya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang sama.

2) Faktor Sosial

a) Kelompok referensi (*Reference Groups*)

Adalah kelompok rujukan yang merupakan titik pembandingan atau rujukan langsung (tatap muka) atau tak langsung dalam pembentukan sikap atau perilaku seseorang untuk membeli.

b) Pemimpin

Pemimpin adalah seseorang dalam suatu kelompok acuan dikarenakan ketrampilan khususnya, pengetahuan, kepribadian, atau karakteristik lainnya mampu mempengaruhi orang lain.

c) Keluarga

anggota keluarga memiliki pengaruh kuat terhadap perilaku pembeli.

3) Faktor Individu

- a) Umur dan tahap siklus hidup keluarga
- b) Pekerjaan
- c) Situasi ekonomi
- d) Kepribadian/gaya hidup (psikografik)

4) Faktor Psikologis

a) Persepsi

Satu proses yang mana seseorang memilih, mengorganisir dan menginterpretasikan suatu stimulan menjadi gambaran berarti dan konsisten dengan apa yang telah menjadi cara berpikirnya.

b) Motivasi

Dikelompokkan atas teori isi atau faktor yang mempengaruhi orang mau melakukan sesuatu dan teori bagaimana orang melakukan sesuatu. Menurut Abraham Maslow terdiri dari lima tingkatan faktor motivator yaitu *physiological needs* sebagai tingkat motivasi yang paling bawah. *Safety & Security Needs*, *Social needs*, *Ego needs* dan *Self actualization* sebagai tingkat motivasi yang paling tinggi. Secara teoritis bila motivasi telah terpenuhi maka faktor motivasi akan naik ketingkat yang lebih tinggi (Azwar A, 1996).

c) Pembelajaran

Pembelajaran menunjukkan perubahan perilaku seseorang karena pengalaman. Pembelajaran terjadi melalui saling pengaruh antara dorongan, stimulan, cues, tanggapan dan penguatan.

d) Sikap dan keyakinan

Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dipertahankan seseorang mengenai

sesuatu. Sikap adalah evaluasi, perasaan dan kecenderungan yang konsisten atau tidak sukanya seseorang terhadap objek atau ide.

c. Analisis komponen pengambilan keputusan

Lima langkah yang digunakan oleh pengguna ketika membeli produk atau jasa :

- 1) Pengenalan kebutuhan-kebutuhan, pemaparan dan keinginan
- 2) Pencarian informasi
- 3) Evaluasi pilihan alternatif
- 4) Pembelian

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan untuk membeli yaitu :

- a) *Inisiator*, yaitu seseorang pencetus dari proses pembelian.
- b) Pemberi pengaruh (*influencer*), yaitu seseorang yang opininya sangat dipertimbangkan di dalam pilihan yang dievaluasi dan dipilih.
- c) Pengambilan keputusan (*decider*), yaitu orang dengan kewenangan keuangan atau kekuasaan untuk menentukan keputusan pilihan terakhir.
- d) Pembeli (*buyer*), yaitu agen pembeli.
- e) Pemakai (*user*), yaitu orang yang benar-benar mengkonsumsi jasa/produk.

d. Perilaku pasca beli

Pasar mengevaluasi apakah pilihan yang telah dikonsumsi/dibeli dapat memenuhi kebutuhan dan harapan segera sesudah

mengkonsumsi/membeli, ini sangat ditentukan oleh pengalaman konsumen dalam mengkonsumsi produk yang mereka beli. Informasi pasca pembelian adalah informasi tentang kepuasan, loyalitas dan apa yang dilakukan oleh pasar.

Definisi Kepuasan Pelanggan

Philip Kotler, memberikan definisi tentang kepuasan pelanggan "Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya".

1) Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pasien

Menurut Kotler (1995) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien terhadap mutu pelayanan keperawatan adalah :

- a. Faktor sosial ekonomi
Berdasarkan kamus besar bahasa Indonesia arti sosial adalah berkenaan dengan khalayak, masyarakat, umur, suka menolong dan memperhatikan orang lain. Sedangkan ekonomi adalah ilmu mengenai azas-azas produk dan pemakaian barang-barang serta kekayaan.
- b. Tingkat Pendidikan

Menurut Desller (1998) bahwa kelompok manajer atau orang profesional kerjanya lebih tinggi daripada kelompok tenaga terampil. Dari tenaga kelompok terampil lebih puas daripada tenaga yang tidak terampil (unskilled worker). Makin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka ia makin mudah menerima informasi sehingga semakin banyak pula pengetahuan yang dimiliki. Sebaliknya pendidikan yang kurang akan menghambat perkembangan seseorang terhadap nilai-nilai yang baru dikenalkan.

c. Sosial Budaya

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen yang terdiri dari komponen :

- 1) Kultur adalah faktor penentu yang paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang
- 2) Sub kultur adalah kelompok orang dengan sistem nilai sama berdasarkan pengalaman dan situasi hidup yang sama, mencakup kebangsaan, agama, ras, wilayah geografis.
- 3) Kelas sosial adalah susunan yang relatif permanen dan teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya mempunyai minat, nilai dan perilaku yang sama.

d. Faktor psikologis

Perilaku konsumen dalam proses pembelian barang atau jasa sangat dipengaruhi oleh empat faktor psikologis yang sama yaitu motivasi yang sama, persepsi, belajar serta kepercayaan dan sikap sebagai berikut :

- 1) Motivasi
- 2) Persepsi

- 3) Belajar
- 4) Kepercayaan dan sikap

Dimensi Kepuasan Pasien

Menurut Azwar (1997) bahwa dimensi kepuasan dapat dibedakan menjadi dua yaitu :

- a. Kepuasan yang mengacu hanya pada penerapan standar dan kode profesi.

Ukuran-ukuran yang dimaksud pada dasarnya mencakup penilaian terhadap kepuasan mengenai :

- 1) Hubungan perawat pasien

Terbinanya hubungan perawat-pasien yang baik adalah salah satu dari memberikan perhatian yang cukup kepada kliennya secara pribadi.

- 2) Kenyamanan pelayanan

Kenyamanan yang terpenting lagi menyangkut sikap serta tindakan para pelaksana ketika menyelenggarakan pelayanan.

- 3) Kebebasan melakukan pilihan

Pelayanan kesehatan disebut bermutu bila kebebasan memilih ini dapat diberikan dan karena itu dapat dilaksanakan oleh setiap penyelenggara pelayanan kesehatan.

- 4) Pengetahuan dan kompetensi teknis

Semakin tinggi tingkat pengetahuan dan kompetensi teknis maka semakin tinggi mutu pelayanan.

- 5) Efektifitas pelayanan

Makin efektif pelayanan makin tinggi pula mutu pelayanan kesehatan.

- 6) Keamanan tindakan
Untuk dapat terselenggaranya pelayanan kesehatan yang bermutu, aspek keamanan tindakan ini harus diperhatikan.
- b. Kepuasan yang mengacu pada penerapan semua persyaratan pelayanan kesehatan yaitu mengenai :
- 1) Tersedianya pelayanan kesehatan
 - 2) Keseimbangan pelayanan kesehatan
 - 3) Kesenambungan pelayanan kesehatan
 - 4) Penerimaan pelayanan kesehatan
 - 5) Ketercapaian pelayanan kesehatan
 - 6) Efisiensi pelayanan kesehatan
 - 7) Keterjangkauan pelayanan kesehatan
 - 8) Mutu pelayanan kesehatan

1. Penyajian Data

a. Hubungan Faktor Individu Dengan Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Kembali Jasa Pelayanan Rawat Inap

Tabel 1. Hubungan Faktor Individu Dengan Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Kembali Jasa Pelayanan Rawat Inap Di Rumah Sakit Islam Jombang, Agustus 2009.

Faktor individu	Keputusan Pelanggan Memilih Kembali Jasa Pelayanan Rawat Inap						Jumlah	%
	Baik		Cukup		Kurang			
	F	%	F	%	F	%		
Baik	27	77,1	3	8,6	0	0	30	85,7
Cukup	1	2,9	3	8,6	0	0	4	11,4
Kurang	1	2,9	0	0	0	0	1	2,9
Jumlah	29	82,9	6	17,1	0	0	35	100
Uji Statistik Spearman Rho 0,007								

Sumber : data primer

Berdasarkan tabel diatas menggambarkan hubungan antara faktor individu dengan

keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap.

Hampir seluruhnya faktor individu dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap adalah baik (77,1%). Dari uji statistik dengan menggunakan uji korelasi Spearman Rho didapatkan nilai 0,007

yang berarti ada hubungan antara faktor individu dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang.

b. Hubungan Faktor Psikologi Dengan Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Kembali Jasa Pelayanan Rawat Inap

Tabel 2 Hubungan Faktor Psikologi Dengan Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Kembali Jasa Pelayanan Rawat Inap Di Rumah Sakit Islam Jombang, Agustus 2009.

Faktor Psikologi	Keputusan Pelanggan Memilih Kembali Jasa Pelayanan Rawat Inap						Jumlah	%
	Baik		Cukup		Kurang			
	F	%	F	%	F	%		
Baik	26	74,3	2	5,7	0	0	28	80
Cukup	3	8,6	4	11,4	0	0	7	20
Kurang	0	0	0	0	0	0	0	0
Jumlah	29	82,9	6	17,1	0	0	35	100
Uji Statistik Spearman Rho 0,001								

Sumber : Data primer

Berdasarkan tabel diatas menggambarkan hubungan antara faktor psikologi dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap.

Hampir seluruhnya faktor psikologi dengan keputusan pelanggan dalam

memilih kembali jasa pelayanan rawat inap adalah baik (74,3%). Dari uji statistik dengan menggunakan uji korelasi Spearman Rho didapatkan nilai 0,001 yang berarti ada hubungan antara faktor psikologi dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan

rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang.

c. Hubungan Faktor Sosial Dengan Keputusan Pelanggan Memilih Kembali Jasa Pelayanan Rawat Inap

Tabel 3 Hubungan Faktor Sosial (Kelompok Referensi) Dengan Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Kembali Jasa Pelayanan Rawat Inap di Rumah Sakit Islam Jombang, Agustus 2009.

Faktor Sosial	Keputusan Pelanggan Memilih Kembali Jasa Pelayanan Rawat Inap						Jumlah	%
	Baik		Cukup		Kurang			
	F	%	F	%	F	%		
Baik	24	68,6	2	5,7	0	0	26	74,3
Cukup	5	14,3	4	11,4	0	0	9	25,7
Kurang	0	0	0	0	0	0	0	0
Jumlah	29	82,9	6	17,1	0	0	35	100
Uji Statistik Spearman Rho 0,011								

Sumber : Data primer

Berdasarkan tabel di atas menggambarkan hubungan antara faktor sosial dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap adalah baik (68,6%). Dari uji statistik dengan menggunakan uji

Spearman Rho di dapatkan nilai 0,011 yang berarti ada hubungan antara faktor sosial dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang.

d. Hubungan Faktor Budaya Dengan Kepuasan Pelanggan Dalam Memilih Kembali Jasa Pelayanan Rawat Inap

Tabel 4 Hubungan Faktor Budaya Dengan Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Jasa Pelayanan Rawat Inap di Rumah Sakit Islam Jombang, Agustus 2009.

Faktor Budaya	Keputusan Pelanggan Memilih Kembali Jasa Pelayanan Rawat Inap						Jumlah	%
	Baik		Cukup		Kurang			
	F	%	F	%	F	%		
Baik	23	65,7	2	5,7	0	0	25	71,4
Cukup	6	17,1	4	11,4	0	0	10	28,6
Kurang	0	0	0	0	0	0	0	0
Jumlah	29	82,9	6	17,1	0	0	35	100
Uji Statistik Spearman Rho 0,023								

Sumber : data primer

Berdasarkan tabel diatas menggambarkan hubungan antara faktor budaya dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap. Hampir seluruhnya faktor budaya dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap adalah baik (65,7%). Dari uji statistik dengan menggunakan uji Spearman Rho didapatkan nilai 0,023 yang berarti ada hubungan antara faktor budaya dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang.

4. Pembahasan

Pada pembahasan ini akan disajikan secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menganalisis hubungan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang.

a. Analisis Hubungan Faktor Individu Dengan Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Kembali Jasa Pelayanan Rawat Inap

Berdasarkan tabel 1 didapatkan bahwa hampir seluruhnya dari faktor individu dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang adalah baik (77,1%) dan sebagian kecil

dari faktor individu dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang adalah cukup (8,6%). Setelah dilakukan uji statistik dengan menggunakan uji korelasi Spearman Rho didapatkan nilai 0,007 yang berarti ada hubungan antara faktor individu (umur, pekerjaan, jenis kelamin, penghasilan) dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang.

Umur (20-50 tahun) mempunyai peranan yang penting atau dominan dalam pengambilan keputusan memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang. Sedangkan pada usia (<20 tahun) peranannya belum tampak, demikian pula pada responden usia (>50 tahun) peranannya dalam memilih jasa pelayanan rawat inap berkurang karena pada usia tersebut umumnya kemandirian responden baik secara fisik maupun keuangan menurun. Oleh karena itu, responden pada kelompok usia (20-50 tahun) perlu mendapatkan perhatian manajemen sebagai sasaran promosi agar mereka selalu memanfaatkan jasa pelayanan rawat Inap di Rumah Sakit Islam Jombang. Sehingga kedepannya dapat meningkatkan BOR Rumah Sakit.

Keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap tidak didasarkan pada jenis kelamin, tetapi tergantung siapa yang mengantarkan masuk rumah sakit keadaan pasien juga sangat menentukan keputusan pelanggan

menggunakan rawat inap, semakin gawat pasien akan mempengaruhi keputusan keluarga/orang tua untuk menggunakan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang. Namun Laki-laki (Ayah) mempunyai peran yang dominan dalam menentukan dimana tempat yang sesuai bagi anak / keluarganya dalam menyelesaikan masalah kesehatannya. Pada faktor individu pekerjaan mempunyai peran yang dominan sebanyak (80 %) responden mempunyai pekerjaan swasta. Menurut Supriyanto (2005) pekerjaan dan penghasilan akan mempengaruhi barang dan jasa yang akan dibeli, pendapatan yang berbeda akan membawa perbedaan dalam pola konsumsinya khususnya dalam memilih fasilitas layanan kesehatan rawat inap di Rumah Sakit guna menyelesaikan masalah kesehatan yang dialaminya (Gerson 2002).

Hal lain yang menyebabkan pasien memilih rawat inap di Rumah Sakit Islam adalah beberapa jenis pekerjaan yang mempunyai asuransi kesehatan yang akan menanggung semua biaya Rumah Sakit, apabila Instansi tidak bekerja sama dengan Rumah Sakit Islam pasien akan bayar sendiri, hal ini akan mengakibatkan pasien tidak memanfaatkan layanan Rumah Sakit, oleh karena itu kerjasama antara pihak Rumah Sakit dengan pihak asuransi kesehatan disini sangat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang.

b. Analisis Hubungan Faktor Psikologi (Motivasi) Dengan Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Kembali Jasa Pelayanan Rawat Inap

Berdasarkan tabel 2 didapatkan bahwa hampir seluruhnya Responden menyatakan faktor psikologi (motivasi) dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang adalah baik (74,3%) dan sebagian kecil dari faktor individu dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang adalah cukup (11,4%). Setelah dilakukan uji statistik dengan menggunakan uji korelasi *Spearman Rho* didapatkan nilai 0.001 yang berarti ada hubungan antara faktor psikologi (motivasi) dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang.

Pelayanan prima yang memuaskan kepada pelanggan yang rawat inap kembali akan menurunkan kepekaannya terhadap harga, mereka akan rela membayar biaya berapapun asal mendapatkan kepuasan sesuai atau lebih dari yang mereka harapkan. Sedangkan promosi bagi pelanggan yang rawat inap kembali mungkin dianggap kurang penting mengingat mereka sudah pernah memanfaatkan jasa pelayanan Rumah Sakit. Faktor lain yang memotivasi pelanggan adalah perwujudan kemampuan / aktualisasi pasien ditatanan

sosial ekonomi semakin mampu pasien membayar biaya tinggi berarti pasien semakin kaya. Hal ini sesuai dengan tingkatan motivator yang dikemukakan Abraham Maslow (dikutip dari Supriyanto 2005) teori ini mengatakan bahwa apabila motivasi telah terpenuhi, maka faktor motivasi akan naik ke tingkat yang lebih tinggi.

Pada faktor psikologi (motivasi) pelanggan dalam memanfaatkan jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang meliputi kelengkapan pelayanan, kedekatan jarak Rumah Sakit dengan tempat tinggal, kebersihan (kenyamanan) serta jaminan kesembuhan yang besar (86%) mempunyai peranan yang lebih dominan dibandingkan dengan item-item yang lain.

c. Analisa Hubungan Faktor Sosial (Kelompok Referensi) Dengan Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Kembali Jasa Pelayanan Rawat Inap

Berdasarkan tabel 3. didapatkan bahwa sebagian besar responden menyatakan faktor sosial dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang adalah baik (68.6%) dan sebagian kecil dari faktor individu dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang adalah cukup (11,4%). Setelah dilakukan uji statistik dengan menggunakan uji korelasi *Spearman Rho* didapatkan nilai 0.011 yang berarti ada

hubungan antara faktor sosial (kelompok referensi) dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap antara lain keluarga, teman, petugas kesehatan, dokter atau tenaga kesehatan yang lain. Pimpinan kerja/perusahaan serta pengaruh tokoh masyarakat disekitar tempat tinggalnya.

Menurut Supriyanto (2005) Anggota keluarga memiliki pengaruh kuat terhadap perilaku pembeli. Keluarga merupakan organisasi pembelian dalam masyarakat tempat konsumen berada. Peran pembeli dalam keluarga adalah sebagai *Inisiator*, *advocad/Influencess* (pemberi pengaruh), *desider* (pengambil keputusan), *buyer* (pembeli) dan *user* (pengguna/pembeli).

Pada faktor psikologi faktor yang paling berpengaruh adalah faktor keluarga. Anggota keluarga pembeli dapat menanamkan pengaruh yang kuat pada perilaku pembeli. Disini peran orang tua dalam memutuskan sesuatu yang terbaik untuk anaknya juga sangat mempengaruhi keputusan terbaik untuk memanfaatkan layanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang.

d. Analisis hubungan faktor budaya (kultur) dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap.

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan faktor budaya dengan keputusan pelanggan dalam memilih

kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang adalah baik (65,7) dan sebagian kecil dari faktor individu dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang adalah cukup (11,4%). Setelah dilakukan uji statistik dengan menggunakan uji korelasi spearman rho didapatkan nilai 0,023 yang berarti ada hubungan antara faktor budaya (kultur) dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang.

Banyaknya tetangga (lingkungan sosial) yang memanfaatkan layanan rawat inap di Rumah Sakit Islam, kelengkapan dan pelayanan yang memuaskan bisa membuat responden memilih kembali dan memanfaatkan jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang. Hal ini sesuai dengan pendapat kotler dan Amstrong dikutip dari Supriyanto, (2005). Bahwa manusia perilakunya dipelopori dari lingkungan sekitarnya, sehingga nilai, persepsi, prefensi, dan perilakunya antara seseorang yang tinggal didaerah tertentu dapat berbeda dengan orang lain yang tinggal di lingkungan yang lain pula.

Kultur merupakan faktor penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Hal ini disebabkan mayoritas pelanggan beragama Islam yang masih menjunjung tinggi nilai ibadah. Meskipun mungkin perkumpulan keagamaan kaum muda mulai pudar, namun bila suasana rumah sakit terasa nuansa islami, maka

akan memberikan rasa nyaman pada pelanggan rumah sakit yang umumnya beremosi labil, tegang, emosional karena dalam keadaan sakit, termasuk disini adalah keluarga pasien.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Dari uji korelasi *Spearman Rho* didapatkan ada hubungan antara faktor individu (umur, pekerjaan, jenis kelamin, penghasilan) dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang dan faktor paling dominan adalah faktor pekerjaan swasta.
2. Dari uji korelasi *Spearman Rho* didapatkan ada hubungan antara faktor psikologi (motivasi) dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang dan faktor paling dominan adalah kelengkapan pelayanan, kedekatan jarak rumah sakit dengan tempat tinggal, kebersihan (kenyamanan) serta jaminan kesembuhan yang besar.
3. Dari uji korelasi *Spearman Rho* didapatkan ada hubungan antara faktor sosial (kelompok referensi) dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang dan faktor paling dominan adalah keluarga.
4. Dari uji korelasi *Spearman Rho* didapatkan ada hubungan antara faktor budaya (kultur) dengan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Islam Jombang dan faktor paling dominan adalah lingkungan sosial atau banyaknya tetangga yang menggunakan rawat inap serta pelayanan yang islami.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama Tjandra (2002). *Manajemen Administrasi Rumah Sakit Edisi 2*. Jakarta : Universitas Indonesia.
- Arikunto dan Suharsini (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Azwar Azrul (1996). *Pengantar Administrasi Kesehatan Edisi 3*. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Azwar Azrul (1997). *Menuju Pelayanan Kesehatan Yang Lebih Bermutu*. Jakarta : Yayasan Penerbitan Ikatan Dokter Indonesia.
- Aziz, A (2003). *Riset Keperawatan dan Teknik Penulisan Ilmiah*. Jakarta : Salemba Medika.
- Desler (1998). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Bahasa Indonesia Jilid 2. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Gerson, Richard F (2002). *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta

- :Lembaga Manajemen PPM dan Penerbit PPM.
- Kotler, P (1994). *Marketing Management, Analisis, Planning Implementari And Controlling*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Muninjaya (2004). *Manajemen Kesehatan Edisi 2*. Jakarta : EGC
- Notoatmodjo (2005). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Edisi Revisi. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Nursalam. (2002). *Manajemen Keperawatan : Aplikasi Dalam Praktik Keperawatan Profesional*. Salemba Medika : Jakarta.
- Nursalam. (2003). *Konsep Dan Penerapan Metode Penelitian Ilmu Keperawatan : Pedoman Skripsi, Tesis Dan Instrumen Penelitian Keperawatan*. Salemba Medika : Jakarta.
- Nursalam dan Pariani, S (2001). *Pendekatan Praktis Metodologi Riset keperawatan*. CV. Info Medika.
- Nurrahma, Elly (2001). *Asuhan Keperawatan Bermutu di Rumah Sakit*. www.pd.persi.co.id
- Sugiyono (2005). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Supranto (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Supriyanto (2004). *Competitive Advantage Through Customer Satisfaction Index*. Jurnal Administrasi dan kebijakan kesehatan.
- Supriyanto, Sugiono (2001). *Operasionalisasi Pelayanan Prima*. Jakarta : Lembaga Administrasi Negara RI.
- Sofjan Suryadi (2001). *Biaya atau Kepuasan Pasien*. <http://www.pd.persi.co.id>. tanggal 23 Juni 2008.
- Tjipto, Fandy (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Wijono,D (1997). *Manajemen Kepemimpinan dan Organisasi Kesehatan*. Surabaya : Airlangga University Press.
- Wijono,D (1999). *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan, Teori, Strategi, dan Aplikasi*. Surabaya : Airlangga University Press.