

## ANALISIS FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PASIEN RAWAT INAP PADA RSUD LANTO DG. PASSEWANG KAB. JENEPONTO 2009

Mohammad Ridwan<sup>1</sup>, Alimin Maidin<sup>2</sup>, Noer Bahry Noor<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Dinas Kesehatan Jeneponto

<sup>2</sup>Konsentrasi Administrasi Rumah Sakit PPs Unhas

### ABSTRACT

This research aims to know and analyze the influence of service, promotion, price, place, process and service quality factors toward Visit Decision of In-hospital Patients of Lanto dg. Pasewang Local Public Hospital of Jeneponto. The used research design is cross sectional method by using survei to know responses about research object from defined sample that amount of 100 respondents. The research results showed that partially service variable affects toward visit decision of in-hospital patients of Lanto dg. Pasewang Local Public Hospital of Jeneponto Regency of 0,45; promotion variable is 0,518; process variable is 0,458; place variable is 0,595 and service quality is 0,762, and the variable that affects insignificantly is price. Based on the research results, it can be input in providing hospital service, especially for in-hospital room, so it is expected that it will improve the amount of patient visit.

**Key Words : Promotion, Price, Process, Place, Service Quality**

### PENDAHULUAN

Banyak penelitian telah dilakukan di bidang pemasaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli pelanggan terhadap suatu produk atau layanan. Namun demikian, hal ini masih sangat sedikit dilakukan di bidang kesehatan atau manajemen rumah sakit. Diantara bauran pemasaran yang diteliti antara lain terdiri dari 4 P yaitu: *product, price, promotion, process*. Bauran pemasaran ini biasanya diteliti pada perusahaan yang menghasilkan barang, selanjutnya untuk perusahaan jasa atau institusi jasa (yang berbasis layanan) ditambah empat unsur lainnya yaitu *people, place, physically evidence* dan *service quality*<sup>1,2,3</sup>.

Konsep pemasaran menegaskan bahwa kesuksesan organisasi dalam mewujudkan tujuannya sangat dipengaruhi oleh kemampuannya dalam mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan sasaraannya dan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dari pada pesaingnya<sup>2</sup>. Konsep ini juga sangat penting artinya bagi manajemen rumah sakit yang merupakan institusi pelayanan jasa untuk dapat memberikan pelayanan prima kepada pasiennya agar tercipta tingkat loyalitas yang tinggi terhadap rumah sakit. Dengan demikian rumah sakit dituntut agar mampu meningkatkan tanggapan positif dari pasien atas pengantaran jasanya berdasarkan bauran pemasaran tersebut.

Sebagai institusi kesehatan yang dijalankan pemerintah, RSUD Jeneponto selama kurun waktu tiga tahun terakhir (2006, 2007 dan 2008) menerima pasien askeskin cenderung meningkat setiap tahun se-

dangkan pasien rawat inap umum cenderung menurun. Secara tinjauan bisnis bidang kesehatan hal ini tentu kurang menguntungkan, dikarenakan pasien askeskin yang berkunjung tergolong mereka yang tidak mampu atau pasien dengan tingkat ekonomi menengah ke bawah.

Dari data kunjungan pasien rawat inap RSUD Jeneponto 3 tahun terakhir terlihat bahwa meskipun pasien rawat inap masih lebih banyak daripada pasien rawat askeskin, namun kecenderungan kunjungan pasien rawat inap askeskin meningkat dan pasien rawat inap menurun setiap tahun. Jumlah pasien askeskin pada tahun 2006 sebanyak 1.951 pasien, tahun 2007 sebanyak 2.233 pasien dan pada tahun 2008 sebesar 2.253 pasien. Sementara itu untuk pasien umum pada tahun 2006 sebesar 5.344 pasien, tahun 2007 sebesar 4.165 pasien dan pada tahun 2008 sebesar 3.316 pasien.

Masalah kunjungan pasien pada kasus tiga tahun terakhir inilah yang menjadi bahan kajian pada penelitian ini. Hal ini dapat dikarenakan oleh beberapa hal yakni Adanya Program Askeskin. Dengan adanya program askeskin tentu saja memberikan kontribusi terhadap meningkatnya pasien rawat inap askeskin dan pada sisi lain akan menurunkan pasien rawat inap umum. Hal ini terlihat selama tiga tahun yakni pada tahun 2006, 2007 dan 2008. Layanan kurang optimal. Masalah kurangnya dokter ahli saat ini di RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto menyebabkan adanya waktu tunggu layanan dokter ahli yang sangat lama. Karena masih kurangnya dokter ahli sehingga hal ini mengakibatkan pasien mera-

sakan waktu tunggu dokter ahli yang cukup lama untuk mendapatkan pelayanan. Promosi. Kurangnya promosi dapat mempengaruhi tingginya pasien rawat inap askeskin dan rendahnya pasien rawat inap umum. Kurangnya promosi ini dapat dilihat dari kurangnya sosialisasi kepada masyarakat mengenai sarana dan prasarana serta sumber daya manusia rumah sakit.

Dengan berdasar pada data di atas, maka hal ini menjadi topik utama dalam latar belakang penelitian ini bagi peneliti untuk meneliti dan menganalisis lebih lanjut mengenai "Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Berkunjung Pasien Rawat Inap Pada RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto".

## BAHAN DAN METODE

### Lokasi, Populasi dan Sampel

Penelitian dilakukan di RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto. Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh pasien rawat inap RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *probability sampling* dimana mengandung pengertian bahwa setiap sampel yang diambil dari populasi mempunyai peluang sama untuk dipilih<sup>4</sup>. Adapun cara pengambilan sampelnya adalah dengan *simple random sampling* karena pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 pasien.

### Desain dan Variabel

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode *cross sectional* yakni untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari data responden tersebut dikumpulkan langsung ditempat lokasi penelitian, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat maupun tanggapan dari responden terhadap objek penelitian ini.

Berdasarkan klasifikasi penelitian menurut metodenya, penelitian ini bersifat kausalitas, yang tidak hanya mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, tetapi mengukur kekuatan pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

### Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data-data yang relevan dengan masalah yang dibahas. Maka dalam penelitian ini digunakan metode-metode ilmiah untuk mendapatkan data atau informasi yang obyektif, akurat dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Adapun metode - metode yang digunakan adalah kuesioner (angket) dan wawancara.

## Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan dua cara yakni analisis univariat dan analisis bivariat. Analisis univariat dilakukan terhadap tiap-tiap variabel penelitian terutama untuk melihat tampilan distribusi frekuensi presentasi dari tiap-tiap variabel.

Sedangkan analisis bivariat dilakukan terhadap tiap-tiap variabel independen dan variabel dependen dengan menggunakan *Chi-square* dengan tingkat kemaknaan  $p = 0,05$ . Dalam pengolahan data penelitian menggunakan program komputerisasi SPSS Versi 15.0.

## HASIL

### Hubungan Variabel Layanan, Promosi Dan Harga Dengan Keputusan Berkunjung Pasien Rawat Inap RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto Tahun 2009

Berdasarkan Tabel 1, hasil uji memperlihatkan *Pearson chi-square* = 18,891 > nilai  $X^2$  standar = 3,841 dengan tingkat signifikansi = 0,000. Dengan demikian berarti variabel layanan yang diberikan berhubungan secara signifikan dengan keputusan berkunjung pasien RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto.

Besarnya hubungan antara variabel layanan dengan keputusan berkunjung dinilai melalui uji *Phi* ( $\phi$ ) = 0,435 atau 43%. Nilai ini memberi arti bahwa kontribusi variabel layanan terhadap keputusan berkunjung sebesar 43%.

Pada variabel promosi hasil uji memperlihatkan *Pearson chi-square* = 26, 792 > nilai  $X^2$  standar = 3,841 dengan tingkat signifikansi = 0,000. Dengan demikian berarti variabel promosi yang dijalankan berhubungan secara signifikan dengan keputusan berkunjung pasien RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto.

Besarnya hubungan antara variabel promosi dengan keputusan berkunjung dinilai melalui uji *Phi* ( $\phi$ ) = 0,518 atau 52%. Nilai ini memberi arti bahwa kontribusi variabel promosi terhadap keputusan berkunjung sebesar 52%.

Sedangkan pada variabel harga hasil uji memperlihatkan *Pearson chi-square* = 3,048 < nilai  $X^2$  standar = 3,841 dengan tingkat signifikansi = 0,098. Dengan demikian berarti variabel harga berhubungan secara tidak signifikan dengan keputusan berkunjung pasien RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto.

Besarnya hubungan antara variabel harga dengan keputusan berkunjung dinilai melalui uji *Phi* ( $\phi$ ) = 0,175 atau 18%. Nilai ini memberi arti bahwa kontribusi variabel harga terhadap keputusan berkunjung sebesar 18%.

**Tabel 1. Hubungan Variabel Layanan, Promosi Dan Harga Dengan Keputusan Berkunjung Pasien Rawat Inap RSUD Lanto Dg. Pasewang Kab. Jeneponto 2009**

Variabel	Keputusan Berkunjung		Total	Nilai Statistik	
	Tinggi	Rendah			
<b>Layanan</b>					
Dikenal	Jumlah	81	10	91	$X^2 = 18,891$ $(P = 0,000)$ $\text{Phi } (\phi) = 0,435$
	%	(89,0)	(11,0)	(100,0)	
Kurang Dikenal	Jumlah	3	6	9	
	%	(33,3)	(66,7)	(100,0)	
Total	Jumlah	84	16	100	
	%	(84,0)	(16,0)	(100,0)	
<b>Promosi</b>					
Tinggi	Jumlah	69	3	72	$X^2 = 26,792$ $(P = 0,000)$ $\text{Phi } (\phi) = 0,518$
	%	(95,8)	(4,2)	(100,0)	
Rendah	Jumlah	15	13	28	
	%	(53,6)	(46,4)	(100,0)	
Total	Jumlah	84	16	100	
	%	(84,0)	(16,0)	(100,0)	
<b>Harga</b>					
Sesuai	Jumlah	76	12	88	$X^2 = 3,048$ $(P = 0,098)$ $\text{Phi } (\phi) = 0,175$
	%	(86,4)	(13,6)	(100,0)	
Kurang Sesuai	Jumlah	8	4	12	
	%	(66,7)	(33,3)	(100,0)	
Total	Jumlah	84	16	100	
	%	(84,0)	(16,0)	(100,0)	

Sumber : data primer

Berdasarkan Tabel 2, hasil uji memperlihatkan *Pearson Chi-square* = 20,940 > nilai  $X^2$  standar = 3,841 dengan tingkat signifikansi = 0,000. Dengan demikian berarti variabel layanan yang diberikan berhubungan secara signifikan dengan keputusan berkunjung pasien RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto.

Besarnya hubungan antara variabel proses dengan keputusan berkunjung dinilai melalui uji *Phi* ( $\phi$ ) = 0,458 atau 46%. Nilai ini memberi arti bahwa kontribusi variabel proses terhadap keputusan berkunjung sebesar 43%.

Pada variabel tempat hasil uji memperlihatkan *Pearson chi-square* = 35,372 > nilai  $X^2$  standar = 3,841 dengan tingkat signifikansi = 0,000. Dengan demikian berarti variabel tempat atau lokasi rumah sakit berhubungan secara signifikan dengan keputusan berkunjung pasien ke RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto.

Besarnya hubungan antara variabel tempat dengan keputusan berkunjung dinilai melalui uji *Phi* ( $\phi$ ) = 0,595 atau 60%. Nilai ini memberi arti bahwa kontribusi variabel tempat terhadap keputusan berkunjung sebesar 60%.

Sedangkan pada variabel kualitas layanan yang dirasakan hasil uji memperlihatkan *Pearson Chi-square*

*are* = 58,091 > nilai  $X^2$  standar = 3,841 dengan tingkat signifikansi = 0,000. Dengan demikian berarti variabel kualitas layanan yang diberikan berhubungan secara signifikan dengan keputusan berkunjung pasien RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto.

Besarnya hubungan antara variabel kualitas layanan dengan keputusan berkunjung dinilai melalui uji *Phi* ( $\phi$ ) = 0,762 atau 76%. Nilai ini memberi arti bahwa kontribusi variabel kualitas layanan terhadap keputusan berkunjung sebesar 76%.

Tabel 3 memperlihatkan bahwa dari keempat variabel independen yang dinilai hubungannya dengan variabel keputusan berkunjung pasien rawat inap, semuanya memberikan hubungan searah yang signifikan/bemakna kecuali variabel harga berhubungan searah dan positif tetapi tidak signifikan. Secara analisis bivariat variabel yang berpengaruh dominan adalah variabel kualitas layanan yakni sebesar 0,762 atau 76%.

**Hubungan Variabel Persepsi Terhadap Proses, Tempat Dan Kualitas Layanan Dengan Keputusan Berkunjung Pasien Rawat Inap RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto 2009**

**Tabel 2. Hubungan Variabel Persepsi Terhadap Proses, Tempat Dan Kualitas Layanan Dengan Keputusan Berkunjung Pasien Rawat Inap RSUD Lanto Dg. Pasewang Kab. Jeneponto 2009**

		Keputusan Berkunjung		Total	Nilai Statistik
		Tinggi	Rendah		
<b>Persepsi Terhadap Proses</b>					
Mudah	Jumlah	57	1	58	Chi-Square = 20,940 (P = 0,000) Phi ( $\phi$ ) = 0,458
	%	(98,3)	(1,7)	(100,0)	
Sulit	Jumlah	27	15	42	
	%	(64,3)	(35,7)	(100,0)	
Total	Jumlah	84	16	100	
	%	(84,0)	(16,0)	(100,0)	
<b>Tempat</b>					
Strategis	Jumlah	71	2	73	Chi-Square = 35,372 (P = 0,000) Phi ( $\phi$ ) = 0,595
	%	(97,3)	(2,7)	(100,0)	
Kurang Strategis	Jumlah	13	14	27	
	%	(48,1)	(51,9)	(100,0)	
Total	Jumlah	84	16	100	
	%	(84,0)	(16,0)	(100,0)	
<b>Kualitas Layanan Yang Dirasakan</b>					
Baik	Jumlah	83	5	88	Chi-Square = 58,091 (P = 0,000) Phi ( $\phi$ ) = 0,762
	%	(94,3)	(5,7)	(100,0)	
Kurang Baik	Jumlah	1	11	12	
	%	(8,3)	(91,7)	(100,0)	
Total	Jumlah	84	16	100	
	%	(84,0)	(16,0)	(100,0)	

Sumber : data primer

**Tabel 3. Resume Hasil Uji Hubungan Variabel Independen Dengan Keputusan Berkunjung Pasien Rawat Inap RSUD Lanto Dg. Pasewang Kab. Jeneponto 2009**

Variabel Independen	Keputusan Berkunjung			Nilai P (Signifikansi)	Ket.
	Chi-square	Phi ( $\phi$ )	Arah hub.*		
Layanan	18,891	0,435	Searah	0,000	Signifikan
Promosi	26,792	0,518	Searah	0,000	Signifikan
Harga	3,048	0,175	Searah	0,098	Tidak Signifikan
Proses	20,940	0,458	Searah	0,000	Signifikan
Tempat	35,372	0,595	Searah	0,000	Signifikan
Kualitas Layanan	58,091	0,762	Searah	0,000	Signifikan

Sumber : data primer

## PEMBAHASAN

### Hubungan Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung Pasien Rawat Inap RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto

Hasil analisis univariat menunjukkan bahwa sebanyak 91 pasien atau 91% dari responden mengenal

pelayanan yang diberikan oleh RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto. Hal ini berarti bahwa mayoritas pasien berkunjung ke ruang rawat inap RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto dengan informasi yang cukup bahwa pelayanan rawat inap dijalankan di rumah sakit ini. Dan sisanya ha-

nya 9 pasien atau 9% responden kurang mengetahui layanan yang diberikan. Dengan berdasar pada pernyataan kuesioner menunjukkan bahwa layanan rawat inap sudah dikenal secara umum di masyarakat.

Demikian pula, dalam analisis bivariat menunjukkan bahwa layanan mampu memberikan kontribusi positif terhadap keputusan pasien untuk berkunjung yakni sebesar 0,435 atau 44%.

Pengetahuan mengenai layanan ini juga merupakan kesadaran merek yang baik oleh masyarakat di Kabupaten Jenponto. Dengan tingkat kesadaran merek yang tinggi akan memudahkan orang atau masyarakat untuk berkunjung atau paling tidak mengingatkan kembali layanan yang mereka sudah kenal. Hal senada diperkuat oleh Aaker (1996) dalam Palaguna (2009) yang menyatakan bahwa masyarakat cenderung bertransaksi dengan produk atau merek yang dikenal karena dibawah sadar merek yang tidak terkenal mempunyai sedikit peluang untuk diingat konsumen.

#### **Hubungan Promosi Terhadap Keputusan berkunjung Pasien Rawat Inap RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto**

Setelah dilakukan analisis univariat menunjukkan bahwa sebanyak 72 pasien atau 72% responden memandang bahwa promosi yang dilakukan oleh rumah sakit sudah tinggi yakni melalui cara dari mulut ke mulut, dalam hal ini melalui dokter, perawat, teman dan keluarga. Dengan mayoritas pasien mempersepsikan bahwa layanan rawat inap di RSUD Lanto Dg. Pasewang yang dikenal melalui dokter, perawat, teman dan keluarga menunjukkan promosi dari mulut ke mulut tinggi. Dengan promosi semacam ini sangat efektif bagi rumah sakit untuk mencari dan memper-tahankan pasien.

Dari hasil uji hipotesa memperlihatkan *Pearson chi-square* = 26,792 > nilai  $X^2$  standar = 3,841 dengan tingkat signifikansi = 0,000. Dengan demikian berarti variabel promosi yang dijalankan berhubungan secara signifikan dengan keputusan berkunjung pasien RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto. Besarnya hubungan antara variabel promosi dengan keputusan berkunjung dinilai melalui uji *Phi* ( $\phi$ ) = 0,518 atau 52%. Nilai ini memberi arti bahwa kontribusi variabel promosi terhadap keputusan berkunjung sebesar 52%.

Adanya hubungan promosi dengan keputusan berkunjung, hal ini senada dengan Ken dan Sue (1995) mengatakan bahwa promosi penjualan dapat digambarkan sebagai komunikasi yang dikaitkan dengan insentif, tujuannya adalah untuk mempercepat keputusan pembelian atau memotivasi pelanggan menggunakan jasa tertentu lebih cepat, dalam volume yang lebih besar pada setiap pembelian, atau lebih sering (Dalam Ohy, 2009).

#### **Hubungan Variabel Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Pasien Rawat Inap RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto**

Dalam analisis univariat menunjukkan bahwa sebanyak 88 pasien atau 88% responden merasa bahwa tingkat ekonomi pasien sesuai dengan harga yang ditetapkan di ruang rawat inap RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto dan hanya 12 pasien atau 12% merasa tingkat ekonomi pasien belum sesuai dengan harga yang ditetapkan.

Dalam strategi penentuan harga sehingga calon pembeli mau kembali datang untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan. Dia menyatakan bahwa para pemasar harus membuat sasaran kinerja pada saat menentukan harga untuk tiap jasa. Salah satu saran yang diberikan Lamb adalah bagaimana menentukan harga berdasarkan penghasilan konsumennya<sup>5</sup>. Hal ini senada temuan dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa mayoritas pasien menyatakan bahwa penghasilannya sesuai dengan tarif yang ditetapkan rumah sakit<sup>5</sup>.

#### **Hubungan Variabel Proses Terhadap Keputusan Berkunjung Pasien Rawat Inap RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 58 pasien atau 58% memiliki persepsi yang mudah terhadap proses yang dijalankan oleh rumah sakit. Persepsi terhadap proses ini berkenaan dengan alur yang dipasang jelas sehingga memudahkan pendaftaran pasien, tidak ada antrian, serta keseluruhan proses pelayanan dijalani pasien dengan mudah. Sementara persepsi yang sulit terhadap proses sebanyak 42 pasien atau 42%, hal ini berarti pasien ini belum merasakan kemudahan dalam proses pelayanan mulai dari pendaftaran, penerimaan dan keseluruhan pelayanan yang diberikan.

Proses merupakan seluruh prosedur, mekanisme bisnis proses dan kebiasaan di mana sebuah jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan, termasuk keputusan-keputusan kebijakan tentang beberapa keterlibatan pelanggan dan persoalan-persoalan keleluasaan karyawan<sup>3</sup>. Manajemen proses merupakan aspek kunci penyempurnaan kualitas jasa. Hasil uji hipotesa memperlihatkan *Pearson chi-square* = 20,940 > nilai  $X^2$  standar = 3,841 dengan tingkat signifikansi = 0,000. Dengan demikian berarti variabel layanan yang diberikan berhubungan secara signifikan dengan keputusan berkunjung pasien RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto, hal ini dikarenakan proses sebagai aspek kunci dalam penyempurnaan kualitas jasa sebagaimana yang dinyatakan Tjiptono di atas

#### **Hubungan Variabel Tempat Terhadap Keputusan Berkunjung Pasien Rawat Inap RSUD Lanto Dg.**

### Pasewang Kabupaten Jeneponto

Berdasarkan hasil univariat pasien sebagian besar memandang bahwa lokasi RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto strategis yakni sebanyak 73 pasien atau 73% responden, hal ini membuktikan bahwa masyarakat memandang lokasi rumah sakit masih dipandang mudah dilihat, dituju, memberi rasa aman. Variabel tempat merupakan hal penting dalam kaitannya dengan keputusan berkunjung pasien, dengan lokasi yang strategi akan memudahkan akses bagi calon pasien maupun pasien menuju ke rumah sakit. Begitu pula dengan tempat yang aman dan nyaman membuat pasien akan tertarik kembali berkunjung.

Hal ini terbukti dengan hasil uji hipotesa yang memperlihatkan bahwa nilai *Pearson Chi-square* = 35,372 > nilai  $X^2$  standar = 3,841 dengan tingkat signifikansi = 0,000. Dengan demikian berarti variabel tempat atau lokasi rumah sakit berhubungan secara signifikan dengan keputusan berkunjung pasien ke RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto.

Dengan adanya hubungan antara lokasi dan keputusan berkunjung semakin menguatkan bahwa lokasi atau tempat merupakan hal penting sebagai variabel atau faktor dalam menjalankan sebuah usaha atau pelayanan jasa rumah sakit.

### Hubungan Variabel Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung Pasien Rawat Inap RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto

Berdasarkan hasil analisis univariat menunjukkan bahwa sebanyak 88 pasien atau 88% responden merasakan bahwa kualitas layanan yang diberikan tinggi sementara itu hanya sebanyak 12 pasien atau 12% merasakan bahwa kualitas yang diberikan rendah. Demikian pula dengan hasil uji hipotesa menunjukkan bahwa nilai *Pearson Chi-square* = 58,091 > nilai  $X^2$  standar = 3,841 dengan tingkat signifikansi = 0,000. Dengan demikian berarti variabel kualitas layanan yang diberikan berhubungan secara signifikan dengan keputusan berkunjung pasien RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto.

Kualitas layanan merupakan faktor penting agar calon pasien atau pasien untuk memutuskan berkunjung ke rumah sakit. Menurut Tjiptono (1998) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan/jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut pendapat tersebut sebuah kualitas pelayanan atau sebagai keunggulan-keunggulan yang diberikan rumah sakit dalam rangka memenuhi keinginan pasien. Dengan keunggulan

kualitas pelayanan akan menarik kembali pasien untuk berkunjung. Hal ini senada dengan hasil penelitian oleh Jr dan Steven A. Taylor (1999) dalam Ohy (2009) dengan judul penelitian "*Measuring Quality Reremination and Extention*" dengan tujuan 1) Mengetahui kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, 2) mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan, terhadap minat pembelian ulang. Data yang digunakan adalah data *crosssection* tentang persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan minat pembelian ulang. Hasil analisis menyimpulkan bahwa : 1). Kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan, 2) Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat pembelian ulang. Rencana penelitian ini mempunyai persamaan yaitu tentang kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas langganan (pembelian ulang).

Demikian pula dengan hasil penelitian dari Hedwigis Esti R dan Ria Agustina (2008) yang berjudul : "Hubungan kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah: Kasus Bank Niaga CBC Tebet". Tujuannya adalah untuk mengukur skala rating dan konsistensi dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dengan kepuasan nasabah, analisis data yang digunakan adalah korelasi rank, dan hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan adalah sangat signifikan dengan kepuasan, kesamaan dengan rencana penelitian ini adalah melihat hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

Beberapa hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memberikan kontribusi pada kepuasan dan minat kembali pelanggan, penelitian ini menunjukkan kualitas layanan berhubungan signifikan terhadap keputusan berkunjung pasien rawat inap pada RSUD Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto.

### KESIMPULAN

Secara parsial variabel layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien rawat inap sebesar 0,45; variabel promosi sebesar 0,518; variabel proses sebesar 0,458; variabel tempat sebesar 0,595 dan variabel kualitas layanan sebesar 0,762, dan variabel yang tidak berhubungan secara signifikan adalah variabel harga. Hal ini dapat dijadikan masukan dalam rangka menjalankan pelayanan jasa rumah sakit khususnya pada ruang rawat inap, sehingga diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan pasien.

### DAFTAR PUSTAKA

1. Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia

2. \_\_\_\_\_, 2005. *Total Quality Service*. Yogyakarta: Penerbit Andi
3. \_\_\_\_\_, 2005. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi

4. Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Penerbit ALFABETA
5. Lamb, Hair, dkk. 2001. *Pemasaran*. Terjemahan. Jakarta: Salemba Empat