

KEPUTUSAN PEMBELIAN K4 OLEH IBU HAMIL DI WILAYAH KERJA PUSKESMAS TEMBOK DUKUH

PURCHASING DECISION OF PREGNANT WOMEN IN FOURTH VISIT ANTENATAL CARE IN PUSKESMAS TEMBOK DUKUH

Astari Marullyta¹, Widodo J. Pudjirahardjo²

¹Puskesmas Tembok Dukuh, Surabaya

²Fakultas Kesehatan Masyarakat-Universitas Airlangga

Email : astari-m-08@fkm.unair.ac.id

ABSTRACT

Antenatal Care has important role in reducing the number of maternal illness and death. Low number of fourth visit in antenatal care (K4) indicates the weak effort in controlling high risk pregnancy. Based on consumer's buying decision process, this research aimed to analyze why fourth visit in antenatal care in Puskesmas Tembok Dukuh decrease. This is a crosssectional research with quantitative methods. 80 mothers who had given birth in March to June 2012 were participated. The questionnaires distributed to dig up mother's characteristics (demographic, socioeconomic, and psychographic) and their buying decision (buying process, purchasing decision, post-purchasing behavior). The results of this research are: (1) the major buying process were needs identification, information-searching and alternatives evaluation, (2) there was no difference between the self decision and other's decision-making, (3) most of them used previous health service for their fourth visit antenatal care, (4) the low support of psychographic about antenatal care, the unmet needs for antenatal care, no accurate information about antenatal place, type of action, and benefits of each action during antenatal care, and facilities are unsatisfactory were factors which contribute to the mother absent in fourth visit antenatal care, (5)generally post-purchasing behavior was good.

Key words: Antenatal Care, buying, decision process

PENDAHULUAN

Indonesia menghadapi masalah yang cukup serius dalam menghadapi masalah mortalitas dan morbiditas wanita hamil dan bersalin. Data SDKI (2007) menunjukkan bahwa Angka Kematian Ibu (AKI) di Indonesia masih tinggi sebesar 228/100.000 kelahiran hidup. Sekitar 90% kematian ibu terjadi saat persalinan dan segera setelah persalinan. *Millenium Development Goals* (MDGs) 2000 menargetkan turunnya AKI pada tahun 2015 menurun hingga sebesar tiga perempatnya. Berdasarkan kesepakatan tersebut Indonesia mempunyai komitmen untuk menurunkan AKI menjadi 102/100.000 kelahiran hidup pada tahun 2015.

Keberhasilan *Antenatal Care* dapat dilihat dari angka K4, yaitu angka kunjungan lengkap ibu hamil ke pelayanan kesehatan selama masa kehamilannya. Kunjungan K4 dibandingkan kunjungan K1 di wilayah kerja Puskesmas Tembok

Dukuh, Surabaya mempunyai kecenderungan yang menurun. Pada tahun 2008 mengalami penurunan sebesar 32,04%, tahun 2009 mengalami penurunan 45,42% dan tahun 2010 sebesar 28,82%. Rata-rata penurunan kunjungan sebesar 35,42% setiap tahunnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penyebab turunnya kunjungan K4 di Puskesmas Tembok Dukuh berdasarkan proses keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini diharapkan mampu untuk mengoptimalkan usaha Puskesmas dalam mewujudkan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat.

PUSTAKA

Pelayanan Antenatal Care

Pemeriksaan kehamilan atau ANC merupakan pemeriksaan ibu hamil, baik fisik dan mental, serta menyelamatkan ibu dan anak dalam kehamilan, persalinan, dan masa nifas, sehingga mampu tercipta keadaan kehamilan dan pasca

kelahiran yang sehat, tidak hanya fisik tetapi juga mental (Wiknjosastro, 2005). Cakupan pelayanan Antenatal dapat dipantau melalui kunjungan baru ibu hamil (K1) atau disebut juga akses dan pelayanan ibu hamil sesuai standar paling sedikit empat kali dengan distribusi sekali pada triwulan pertama, sekali pada triwulan dua dan dua kali pada triwulan ketiga (K4) untuk melihat kualitas.

Model Perilaku Pembelian Konsumen

Schiffman & Kanuk (2007) menyatakan bahwa pengambilan keputusan dapat dipandang sebagai suatu sistem yaitu *input*, *proses*, dan *output*. Tahap *input* atau masukan merupakan tahap dimana konsumen dipengaruhi proses pengenalan kebutuhannya terhadap produk dan jasa yang diinginkan. Pengenalan kebutuhan oleh konsumen akan dipengaruhi oleh dua sumber informasi, yaitu usaha pemasaran perusahaan dan pengaruh sosiologis eksternal atas konsumen. Pengaruh tersebut akan mempengaruhi apa yang dikonsumsi oleh konsumen dan bagaimana mereka menggunakan produk tersebut.

Tahap *proses*, memfokuskan pada cara konsumen mengambil keputusan. Tahap ini berhubungan pada faktor psikografis individu yang akan mempengaruhi konsumen pada tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi sebelum pembelian, dan evaluasi terhadap berbagai alternatif. Tahap *output* dalam pengambilan keputusan konsumen terdiri dari perilaku membeli dan evaluasi pascabeli. Model

Proses Keputusan Pembelian Konsumen

Komponen proses keputusan pembelian konsumen berhubungan dengan cara konsumen mengambil keputusan. Secara garis besar, proses keputusan pembelian konsumen terbagi menjadi 3

tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif.

a. Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian diawali ketika seseorang menyadari suatu masalah atau kebutuhan. Engel, Blackwell, & Miniard (2002) mendefinisikan pengenalan kebutuhan sebagai persepsi atas perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi aktual yang memadai untuk menggugah dan mengaktifkan proses keputusan.

b. Pencarian informasi

Sebelum memutuskan produk yang mana yang akan digunakan, konsumen biasanya mengumpulkan berbagai informasi mengenai alternatif yang ada. Perilaku pencarian konsumen (*consumer search behavior*) mengacu pada semua tindakan yang dilakukan konsumen untuk mengidentifikasi dan memperoleh informasi tentang cara memenuhi kebutuhan atau memecahkan masalahnya (Mowen & Minor, 2002). Semakin banyak informasi didapatkan, semakin tinggi tingkat pengetahuan terhadap produk yang diharapkan sehingga dapat dijadikan dasar dalam mengeliminasi produk lain.

c. Evaluasi alternatif

Setelah terkumpul berbagai alternatif solusi, kemudian konsumen mengevaluasi dan menyeleksi untuk menentukan pilihan paling akhir. Cara konsumen mengevaluasi alternatif bergantung pada konsumen pribadi dan situasi pembelian tertentu. Proses evaluasi, menurut Kottler & Keller (2009), memiliki tiga konsep dasar. Pertama, konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari sebuah produk dan ketiga, konsumen melihat setiap produk sebagai kelompok atribut dengan berbagai

kemampuan untuk mengantarkan pada pemenuhan kebutuhan dan pencapaian kepuasan, dimana atribut minat pembeli bergantung pada produk yang digunakan.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian berarti konsumen telah memutuskan untuk melakukan pemakaian terhadap suatu produk. Pemakaian produk (*product use*) menurut (Mowen & Minor, 2002) adalah tindakan dan pengalaman yang terjadi pada suatu periode dimana seorang konsumen secara langsung menggunakan barang atau jasa. Dalam tahap evaluasi, konsumen akan membentuk preferensi antar jenis pelayanan dalam kumpulan pilihan. Selanjutnya konsumen memiliki niat untuk melakukan pembelian berdasarkan kumpulan pilihan tersebut. Pembelian merupakan fungsi dari dua determinan yaitu niat dan pengaruh lingkungan dan atau perbedaan individu (Engel, Blackwell, & Miniard, 2002).

Kotler & Keller (2009) menyebutkan bahwa meskipun konsumen melakukan proses evaluasi, ada dua faktor umum yang mengintervensi antara maksud pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain, yakni peran yang dimainkan orang yang menjadi perantara informasi. Batas dimana sikap seseorang mempengaruhi preferensi terhadap alternatif tergantung pada 2 hal, yaitu intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang kita sukai dan motivasi untuk mematuhi kehendak orang lain. Sedangkan faktor kedua adalah faktor situasional yang tidak dapat diatasi yang mungkin mengurungkan niat pembelian. Seseorang mengawali suatu keputusan dengan niat pembelian, namun niat ini bisa berubah apabila ada situasi

yang tidak mendukung maupun sikap dari orang lain sehingga dalam hal ini konsumen memutuskan untuk tidak menggunakan pelayanan dan jasa

Perilaku Pasca Pembelian dan Pemanfaatan Layanan Kesehatan

Setelah memanfaatkan suatu produk pelayanan jasa, konsumen akan mengalami 2 hal sebagai dampak dari pemanfaatan pelayanan tersebut, yaitu kekecewaan atau kepuasan. Kepuasan konsumen adalah fungsi kedekatan antara harapan konsumen terhadap pelayanan dan persepsi antara kenyataan yang dialami ketika memanfaatkan suatu pelayanan. Namun, jika kenyataan tidak sesuai dengan harapan maka konsumen akan kecewa. Semakin besar kesenjangan antara harapan dengan kenyataan yang diterima maka semakin besar ketidakpuasan yang terjadi.

Konsumen yang merasa puas, mungkin akan memanfaatkan kembali pelayanan tersebut. Selain itu konsumen yang merasa puas juga cenderung akan menyampaikan hal yang positif mengenai pelayanan yang telah ia manfaatkan. Konsumen yang merasa kecewa akan melakukan salah satu dari dua tindakan, yaitu dia mungkin akan menghentikan menggunakan pelayanan atau akan mencari informasi yang memastikan nilai produk pelayanan yang lebih tinggi (Kotler & Keller, 2009)

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian observasional dengan rancangan penelitian *cross sectional* dan metode deskriptif. Sumber informasi adalah ibu yang telah melahirkan di wilayah kerja Puskesmas Tembok Dukuh dalam periode Maret

hingga Juni 2012. Kriteria sumber informasi adalah ibu yang telah melahirkan dengan jarak kelahiran maksimal 3 bulan sebelum penelitian dilakukan dan berada di wilayah kerja Puskesmas Tembok Dukuh saat penelitian dilakukan. Lokasi penelitian berada di tiga kelurahan di wilayah kerja Puskesmas Tembok Dukuh, yaitu Kelurahan Alon-alon Contong, Jepara, dan Tembok Dukuh. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei-Juni tahun 2012. Data yang telah diperoleh melalui pengumpulan data primer dan sekunder. Data yang telah terkumpul melalui kuesioner kemudian dianalisis melalui analisis frekuensi dan tabulasi silang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Sebagian besar responden berumur 20–34 tahun. Kehamilan pada umur 20–34 tahun memiliki resiko yang lebih rendah terhadap kesakitan dan kematian selama proses kehamilan dan persalinan daripada kelompok umur dibawah 20 tahun atau di atas dan berkisar 35 tahun (BKKBN, 2007). Resiko yang lebih rendah terhadap kesakitan dan kematian selama kehamilan dan persalinan bisa menyebabkan kurangnya keinginan ibu hamil untuk memeriksakan kehamilannya ke tempat pelayanan pemeriksaan kehamilan. Kelompok umur 20–34 tahun termasuk kelompok umur dewasa muda. Schiffman & Kanuk (2007) menyatakan bahwa orang dewasa muda (18–34 tahun) memiliki tujuan yang berbeda dalam memilih suatu produk dibanding dengan umur antara 35–54 tahun dan 54 tahun ke atas.

Sebanyak 65% responden telah mengalami kehamilan 1–2 kali selama hidupnya.

Jumlah kehamilan 1–2 kali merupakan jumlah kehamilan yang relatif aman daripada jumlah kehamilan di atasnya. Selain itu, program pemerintah yang membatasi jumlah anak sesuai dengan jumlah kehamilan ini. Tingginya jumlah kehamilan seseorang dapat meningkatkan risiko terhadap kejadian kesakitan dan kematian selama kehamilan dan persalinan. Seseorang dengan jumlah kehamilan yang rendah juga cenderung lebih sering memanfaatkan pelayanan pemeriksaan kehamilan daripada individu dengan jumlah kehamilan tinggi atau di atas 4 kali jumlah kehamilan seperti diungkapkan oleh (Peranginangin, 2006).

Pendidikan mempengaruhi jenis pekerjaan dan pendapatan yang diterimanya (Schiffman & Kanuk, 2007). Seseorang yang memiliki pendidikan tinggi cenderung memikirkan kesehatannya daripada orang yang memiliki pendidikan yang rendah disebabkan karena adanya akses informasi yang diterima oleh orang yang berpendidikan tinggi lebih banyak daripada orang dengan pendidikan rendah atau tidak sekolah. Semakin tinggi pendidikan seseorang, kecenderungan untuk menjaga kesehatan juga semakin tinggi. Jenis pekerjaan seseorang mempengaruhi pendapatan yang diperoleh (Schiffman & Kanuk, 2007) dan pola konsumsi (Kottler & Keller, 2009) Sebagian besar responden keputusan pembelian K4 di wilayah kerja Puskesmas Tembok Dukuh adalah ibu rumah tangga, yaitu sebesar 63,75%. Hal tersebut mempengaruhi responden dalam hal ketersediaan waktu luang responden untuk mendatangi tempat pelayanan kesehatan sehubungan dengan pemeriksaan kehamilan. Ibu rumah tangga

cenderung memiliki lebih banyak waktu luang daripada responden yang bekerja.

Selain jenis pekerjaan, total pendapatan juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian K4 responden. Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi, yaitu penghasilan yang dibelanjakan (Kotler & Keller, 2009). Semakin tinggi pendapatan seseorang maka persentase untuk masalah kesehatan semakin besar. Jumlah penghasilan sebagian besar berada di atas UMK Surabaya Tahun 2012 yaitu Rp. 1.257.000. Sebagian besar responden keputusan pembelian K4 di wilayah kerja Puskesmas Tembok Dukuh, Surabaya adalah ibu rumah tangga. Pendapatan yang didapatkan oleh ibu rumah tangga berasal dari pekerjaan suami, warisan, maupun tambahan pendapatan dari keluarga lain yang mungkin bertempat tinggal di rumah yang sama dengan responden. Hal inilah yang menyebabkan tingkat pendapatan total responden keputusan pembelian K4 di wilayah kerja Puskesmas Tembok Dukuh, Surabaya masih tergolong tinggi.

Setiap orang yang memiliki motivasi akan mengharapkan suatu hasil atau sasaran dimana sebagian orang menetapkan hasil yang diharapkan tersebut atas dasar nilai pribadi mereka dan akan memilih sarana yang mereka percayai dapat membantu mereka mencapai sasaran yang mereka harapkan. Motivasi responden keputusan pembelian K4 di wilayah kerja Puskesmas Tembok Dukuh, Surabaya secara umum adalah sangat tinggi. Motivasi yang tinggi atau sangat tinggi di sebagian besar aspek karakteristik demografi dan sosioekonomi responden dapat berarti bahwa responden memahami pentingnya kebutuhan pemeriksaan kehamilan. Kebutuhan akan

pemeriksaan kehamilan termasuk ke dalam kebutuhan kedua dari hierarki kebutuhan manusia yaitu kebutuhan akan keselamatan (Schiffman & Kanuk, 2007). Kebutuhan yang termasuk dalam kebutuhan akan keselamatan adalah rasa aman, terlindung dan terjamin. Semakin tinggi tingkatan kebutuhan seseorang, maka semakin tinggi pula motivasi seseorang untuk mewujudkannya.

Persepsi merupakan suatu proses memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan dorongan atau rangsangan menjadi sesuatu yang bermakna dan masuk akal (Schiffman & Kanuk, 2007). Persepsi responden keputusan pembelian K4 di wilayah kerja Puskesmas Tembok Dukuh terhadap pelayanan pemeriksaan kehamilan rata-rata adalah baik berdasarkan karakteristik demografi dan sosioekonomi responden. Seorang pasien akan memandang bahwa pelayanan pemeriksaan kehamilan memberikan pelayanan yang berkualitas baik atau jelek berdasarkan pada penilaiannya akan apa yang didapatkan selama proses pelayanan dibandingkan dengan harapannya, dan didasarkan pula pada latar belakang dan pengalamannya sendiri. Setiap orang memiliki persepsi yang berbeda meskipun terpapar oleh hal yang sama karena tingkatan kebutuhan, nilai dan harapan yang berbeda.

Pembelajaran konsumen merupakan proses yang terus menerus berkembang dan berubah karena adanya pengetahuan yang baru diperoleh atau dari pengalaman yang dialami sendiri (Schiffman & Kanuk, 2007). Pembelajaran selain berasal dari pengalaman pribadi juga bisa berasal dari pengalaman orang lain yang diceritakan kepada responden sehingga timbul pemahaman terhadap manfaat maupun kerugian dari objek yang

menjadi bahan pembelajaran tersebut. Sikap mencerminkan penilaian yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan terhadap obyek sikap sebagai kecenderungan yang dipelajari, sikap mempunyai kemampuan memotivasi yaitu mendorong konsumen ke arah perilaku tertentu atau menarik konsumen dari perilaku tertentu. Selain itu sikap relatif konsisten dengan perilaku yang dicerminkannya meskipun sikap bisa berubah (Schiffman & Kanuk, 2007).

Sikap dan keyakinan berpengaruh terhadap proses pemanfaatan pelayanan pemeriksaan kesehatan. Sikap konsumen berhubungan kuat dengan proses pemanfaatan ulang maupun meneruskan pelayanan yang sedang dilakukan, sedangkan keyakinan berhubungan dengan pandangan konsumen terhadap produk yang di tawarkan. Secara umum responden keputusan pembelian K4 di wilayah kerja Puskesmas Tembok Dukuh memiliki sikap dan keyakinan yang sangat baik terhadap pelayanan pemeriksaan kehamilan dan merupakan hal yang bisa memotivasi responden untuk melakukan keputusan pembelian K4 di wilayah kerja Puskesmas Tembok Dukuh.

Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen

Proses keputusan pembelian dalam melakukan kunjungan K4 dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Identifikasi kebutuhan

Sebagian besar responden sadar pada kebutuhan pemeriksaan kehamilan (82,5%), kebutuhan yang paling dibutuhkan adalah kebutuhan imunisasi, vitamin, dan tablet tambah darah (56,25%) serta kebutuhan pemeriksaan

keluhan atau kesakitan selama kehamilan (46,25%). Kelompok responden yang menyatakan sangat butuh akan kunjungan K4 adalah kelompok responden dengan umur yang lebih muda, kehamilan yang lebih banyak, pendapatan dan pendidikan yang lebih tinggi, pekerjaan yang sedikit menyita waktu dan karakteristik psikografi yang lebih baik.

Proses keputusan pembelian konsumen berawal dari adanya identifikasi atau pengenalan kebutuhan yaitu suatu persepsi atas perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi aktual yang memadai untuk menggugah dan mengaktifkan proses keputusan (Engel, Blackwell, & Miniard, 2002). Responden yang sadar akan kebutuhannya untuk melakukan pemeriksaan kehamilan selanjutnya akan berinisiatif untuk mengaktifkan proses keputusan menggunakan pelayanan pemeriksaan kehamilan. Karakteristik demografi dan sosioekonomi secara keseluruhan memiliki tingkat kebutuhan yang hampir sama terhadap pemeriksaan kehamilan, yaitu sangat membutuhkan pemeriksaan kehamilan. Identifikasi kebutuhan berdasarkan karakteristik psikografi konsumen dibedakan berdasarkan tingkat motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap dan keyakinan terhadap pelayanan pemeriksaan kehamilan. Hasil tabulasi silang menerangkan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi, motivasi, pembelajaran, Maupun sikap dan keyakinan seseorang, maka tingkat kebutuhan seseorang akan pelayanan pemeriksaan kehamilan akan semakin butuh pula.

2. Pencarian informasi

Setelah mengidentifikasi kebutuhan maka konsumen akan memulai proses pencarian informasi mengenai produk atau jasa yang dapat

menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh responden tersebut. Proses keputusan pembelian berupa pencarian informasi mengacu pada semua tindakan yang diambil konsumen untuk mengidentifikasi dan memperoleh keterangan mengenai cara pemecahan masalah. Ada dua jenis pencarian informasi yakni pencarian internal dan pencarian eksternal (Mowen & Minor, 2002).

Sebanyak 53,75% responden menyatakan bahwa mereka mencari informasi tentang kunjungan K4. Informasi seputar tempat pelayanan kehamilan (17,31) dan manfaat pemeriksaan kehamilan (14,90%) merupakan informasi yang paling banyak dicari oleh responden.

Berkaitan dengan jenis informasi, jenis informasi yang paling banyak dicari adalah tempat melakukan pelayanan pemeriksaan kehamilan dilanjutkan dengan manfaat yang didapatkan dari masing-masing tindakan selama proses pemeriksaan kehamilan. Jenis-jenis informasi tersebut merupakan informasi yang diharapkan dapat diterima dan dimengerti oleh responden sehingga dapat meningkatkan keinginan responden untuk mengunjungi layanan pemeriksaan kehamilan. Sumber informasi yang paling banyak adalah 39,53% dari keluarga, 23,26% dari tetangga dan 18,60% dari teman. Sumber informasi tersebut tergolong sebagai sumber informasi pribadi dimana pemberi informasi berhubungan dekat dengan responden (Kottler & Keller, 2009).

3. Evaluasi alternatif

Evaluasi alternatif terjadi apabila konsumen membuat penilaian menyeluruh untuk membandingkan pilihan atau opsi. Ketika melakukan evaluasi konsumen melakukan dua jenis penilaian, (1) mengestimasi kemungkinan bahwa

sesuatu akan terjadi dan/atau menilai (2) kebaikan atau keburukan sesuatu (Mowen & Minor, 2002). Evaluasi alternatif berhubungan dengan keputusan untuk melakukan pemanfaatan pemeriksaan kehamilan atau tidak memanfaatkannya sama sekali. Responden paling banyak membandingkan antara fasilitas yang bisa didapatkan responden bila melakukan pemeriksaan kehamilan daripada tidak melakukan pemeriksaan kehamilan. Unsur yang paling jarang dibandingkan responden adalah mengenai lama waktu yang harus dikeluarkan responden untuk memeriksakan kehamilannya. Hal ini berarti sebagian besar responden setuju bahwa waktu tidak menjadi masalah berarti untuk pemeriksaan kehamilan, sebaliknya responden lebih memperhatikan manfaat yang didapatkan dari pemeriksaan kehamilan yang dilakukannya (Kottler & Keller, 2009)

Evaluasi alternatif yang dilakukan oleh responden selain berhubungan dengan keputusan apakah responden tersebut akan melakukan pemeriksaan kehamilan atau tidak, juga berkaitan dengan tempat melakukan pemeriksaan kehamilan. 30% responden menyatakan membuat daftar pilihan tempat pemeriksaan kehamilan sedangkan sisanya tidak membuat daftar pilihan. Tempat pemeriksaan yang paling sering menjadi prioritas dalam daftar pilihan responden adalah Rumah Sakit dan praktek bidan swasta. Responden yang tidak membuat daftar pilihan tempat pemeriksaan kehamilan memberikan alasan dekat rumah. Alasan yang sama juga diberikan oleh responden yang membuat daftar prioritas tempat pemeriksaan kehamilan yaitu sebesar 20,83% menentukan pilihan prioritas tempat pemeriksaan berdasarkan keterjangkauan lokasi pemeriksaan.

Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan Tjiptono (2006) bahwa konsumen cenderung memilih letak pelayanan yang mudah dijangkau.

Keputusan Pembelian Konsumen

Ketika seseorang melakukan niat pembelian atau memutuskan untuk menggunakan suatu jasa pelayanan kesehatan maka dapat dikatakan bahwa orang tersebut telah melakukan suatu niat pembelian terencana (Engel, Blackwell, & Miniard, 2002). Namun pembelian seseorang juga dipengaruhi sikap orang lain dalam memberikan informasi dan faktor situasional yang tidak dapat diatasi (Kotler & Keller, 2009). Keputusan pembelian konsumen yang berasal dari keputusan sendiri tanpa adanya saran dari orang lain yaitu sebesar 56,25% dan berdasarkan pemberian saran orang lain 43,75%, jadi dapat dikatakan bahwa peran pemberi saran untuk memanfaatkan pelayanan pemeriksaan kehamilan cukup besar meskipun tidak semua responden memilih untuk melakukan pemeriksaan kehamilan di tempat yang sama dengan saran yang diberikan oleh orang lain. keluarga dan tetangga merupakan orang-orang yang sering memberikan saran mengenai tempat pemeriksaan kehamilan pada responden. Peran keluarga dan tetangga sebagai orang terdekat responden amat berpengaruh terhadap keputusan pembelian responden.

Berdasarkan karakteristik demografi, saran tempat pemeriksaan dari orang lain lebih sering terjadi pada responden dengan kisaran umur muda saat hamil yaitu dan jumlah kehamilan yang rendah pula, sedangkan berdasarkan karakteristik sosioekonomi responden yang mendapatkan saran tempat pemeriksaan maupun tidak cenderung seimbang. Karakteristik psikografi responden yang

rendah seperti motivasi sedang, persepsi sangat kurang baik, pembelajaran sangat kurang baik, dan sikap keyakinan yang sangat kurang baik menyebabkan responden lebih membutuhkan saran orang lain dalam mengambil keputusan pembelian responden terhadap pemanfaatan pelayanan pemeriksaan kehamilan.

Tidak ada beda mengenai keputusan pembelian responden berdasarkan ada tidaknya pemberi saran bila dilihat dari proses keputusan pembelian. Sebagian besar responden yang melakukan proses keputusan pembelian membutuhkan saran orang lain dalam keputusan pembelian khususnya mengenai tempat pemeriksaan. Keputusan pembelian terhadap pemanfaatan pelayanan pemeriksaan kehamilan dapat menimbulkan 2 keputusan, yaitu pembelian K4 atau tidak K4. Keputusan pembelian konsumen untuk tidak K4 merupakan keputusan konsumen untuk menunda atau menghindari keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa risiko (Kotler & Keller, 2009)

Karakteristik demografi dan sosioekonomi responden yang paling banyak tidak melakukan pembelian K4 adalah umur yang semakin tua, jumlah kehamilan tinggi, dan tingkat pendidikan rendah. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh (Kotler & Keller, 2009) bahwa produk yang dapat menimbulkan rasa malu sebagai risiko sosial memicu konsumen untuk menghindari keputusan pembelian. Secara tidak langsung, umur kehamilan tua, jumlah kehamilan yang tinggi serta tingkat pendidikan rendah seseorang cenderung menimbulkan rasa malu bila berhadapan dengan orang lain di tempat pelayanan pemeriksaan kehamilan.

Karakteristik psikografi responden menunjukkan semakin tinggi tingkat persepsi, motivasi, pembelajaran, maupun sikap dan keyakinan seseorang, maka responden akan semakin jarang untuk tidak melakukan pembelian K4, namun bila tingkat karakteristik psikografi responden rendah, maka kecenderungan untuk tidak K4 akan semakin meningkat. Hal ini secara tidak langsung dapat menjelaskan bahwa responden amat membutuhkan motivasi, persepsi yang baik, pembelajaran yang baik, serta sikap dan keyakinan yang baik pula mengenai pelayanan pemeriksaan kehamilan. Peran keluarga, tetangga, maupun orang-orang terdekat responden berpengaruh terhadap karakteristik psikografi responden yaitu dapat meningkatkan maupun menurunkan karakteristik psikografi tersebut sehingga berpengaruh terhadap keinginan responden melakukan pembelian K4.

Sementara itu, hasil keputusan pembelian K4 berdasarkan proses keputusan pembelian adalah responden yang melakukan identifikasi kebutuhan, melakukan pencarian informasi seputar tempat pelayanan pemeriksaan kehamilan, dan tidak melakukan evaluasi alternatif lebih sering terjadi pada responden yang melakukan K4. Responden yang melakukan identifikasi kebutuhan sangat butuh namun tidak melakukan K4 sebesar 27,69%, lebih tinggi daripada responden yang melakukan K4 di tempat yang berbeda. Masih tingginya angka responden yang tidak melakukan K4 meskipun mengaku sangat butuh terhadap pemeriksaan kesehatan kehamilan dapat disebabkan oleh tidak terpenuhinya kebutuhan yang diharapkan oleh responden. Kebutuhan yang sangat dibutuhkan oleh responden adalah

kebutuhan akan imunisasi, vitamin, dan tablet tambah darah serta kebutuhan akan pemeriksaan keluhan atau kesakitan selama kehamilan. Tidak terpenuhinya kebutuhan tersebut dapat menyebabkan responden enggan untuk melakukan pemeriksaan kehamilan. Kebutuhan yang berasal dari identifikasi kebutuhan responden merupakan salah satu alasan responden untuk melakukan pembelian K4. Seseorang yang tidak terpenuhi kebutuhannya cenderung untuk tidak melakukan pembelian. Hal tersebut disebabkan oleh produk yang ingin dibeli tidak bekerja sesuai harapan responden (Kottler & Keller, 2009).

Berdasarkan pencarian informasi, responden yang tidak melakukan pencarian informasi atau tidak mendapatkan informasi seputar pemeriksaan kehamilan sebagian besar tidak K4, yaitu sebesar 56,76%. Hal ini menunjukkan informasi amat berpengaruh terhadap keinginan responden dalam melakukan pembelian K4. Informasi yang tepat dan berguna dapat mendorong responden untuk melakukan pembelian K4. Informasi yang paling sering dicari oleh responden adalah informasi mengenai tempat pelayanan pemeriksaan kehamilan dan manfaat yang didapatkan dari masing-masing tindakan yang dilakukan selama proses pemeriksaan kehamilan. Hal ini dapat menunjukkan bahwa responden atau ibu hamil di wilayah kerja Puskesmas Tembok Duku, Surabaya kurang mendapatkan informasi penting seputar tempat pemeriksaan dan jenis tindakan serta manfaat yang bisa didapatkan selama proses pemeriksaan kehamilan. Kurangnya informasi yang didapatkan mungkin disebabkan oleh tidak adanya keinginan responden untuk melakukan pencarian informasi atau tidak adanya

pemberi informasi. Kurangnya informasi yang didapatkan dapat menyebabkan hilangnya keinginan responden untuk menggunakan pelayanan dan jasa yang telah direncanakan sebelumnya. Situasi yang tidak mendukung seperti tidak adanya informasi maupun sukup dari orang lain merupakan penyebab perubahan keinginan pembelian responden (Kottler & Keller, 2009).

Evaluasi alternatif dilakukan untuk membandingkan antara melakukan pembelian K4 atau tidak melakukan pemeriksaan kehamilan. Hasil yang didapatkan menyatakan bahwa responden yang tidak melakukan evaluasi alternatif sebagian besar melakukan pembelian K4 sedangkan responden yang melakukan evaluasi alternatif seringkali tidak melakukan K4. Responden yang melakukan evaluasi alternatif membandingkan keuntungan yang didupatkannya terhadap keputusan yang akan diambalnya. Evaluasi alternatif yang sering dibandingkan adalah fasilitas tempat pemeriksaan dan informasi yang akan didupatkannya selama menjalankan proses pemeriksaan kehamilan.

Fasilitas pemeriksaan yang seringkali tidak sesuai dengan keinginan responden akan menurunkan minat responden dalam melakukan pemeriksaan kehamilan. Begitu pula dengan jenis tenaga medis yang melakukan pemeriksaan. Kurangnya tenaga medis yang kompeten atau ketidakhadiran tenaga medis dalam melakukan pemeriksaan kehamilan dapat menjadi alasan responden untuk tidak melakukan K4. Fasilitas pemeriksaan yang seringkali tidak sesuai keinginan responden serta jenis tenaga medis yang berbeda dari prediksi responden dapat menyebabkan

responden mengurungkan niatnya untuk melakukan pemeriksaan kehamilan.

Keputusan pembelian responden baik melakukan pembelian K4 atau tidak melakukan pembelian K4 merupakan keputusan yang diambil responden berdasarkan keinginan untuk mencari kesejahteraan hidupnya. Kesejahteraan didapatkan dengan cara melakukan pilihan-pilihan yang tepat baginya, dengan prinsip memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dari keterbatasan ketersediaan (Adiyanta, 2008). Teori pengambilan keputusan yang merupakan pendekatan mengenai teori pilihan rasional menyatakan bahwa orang yang rasional selalu memilih keluaran dengan utilitas yang besar (Adiyanta, 2008). Responden yang tidak mendapatkan kebutuhan yang diharapkannya, tidak menerima informasi yang tepat, serta membandingkan fasilitas pelayanan yang akan didupatkannya cenderung untuk tidak melakukan pembelian K4. Hal ini disebabkan oleh tanggapan responden terhadap kurangnya manfaat yang akan didapatkan dibandingkan dengan biaya yang akan dikeluarkan baik berupa waktu, tenaga, uang, dan sebagainya. Begitu pula sebaliknya, responden yang mendapatkan kebutuhan yang diharapkannya, menerima informasi yang tepat, serta yakin akan pilihan melakukan pemeriksaan kehamilan yang akan didupatkannya cenderung untuk melakukan pembelian K4. Hal tersebut didasarkan pada keyakinan responden bahwa manfaat yang akan didupatkannya kelak baik untuk dirinya dan calon anaknya akan lebih besar daripada pengorbanan yang dikeluarkannya.

Perilaku pembelian konsumen cenderung digerakkan secara rasional meskipun pada akhirnya penilaian kepuasan merupakan proses yang sangat

pribadi. Penilaian kepuasan gerakan berdasarkan kebutuhan masing-masing pribadi manusia serta pengalaman di masa lalu dari orang tersebut. Rasional atau tidak suatu keputusan berbeda bagi tiap orang. Keputusan yang tidak rasional bagi orang lain bisa merupakan sesuatu yang rasional dalam konteks psikografi konsumen itu sendiri.

Keputusan Pasca Pembelian

Ketika konsumen menggunakan suatu produk ada tiga hasil penilaian yang mungkin timbul, (1) kinerja sesungguhnya sesuai dengan harapan yang menimbulkan perasaan netral, (2) kinerja melebihi harapan, yang menimbulkan apa yang dikenal sebagai pemenuhan harapan secara positif, yang menimbulkan rasa puas, (3) kinerja dibawah harapan yang menimbulkan pemenuhan harapan secara negatif dan rasa tidak puas (Schiffman & Kanuk, 2007).

Responden yang telah mendapatkan pelayanan pemeriksaan kehamilan di wilayah kerja Puskesmas Tembok Dukuh, Surabaya mayoritas merasa puas dengan pelayanan yang didapatkannya. Responden yang melakukan proses keputusan pembelian yaitu identifikasi kebutuhan sangat butuh, melakukan pencarian informasi, dan tidak melakukan evaluasi alternatif lebih puas terhadap pelayanan pemeriksaan kehamilan yang dilakukannya. Sementara itu, berdasarkan keputusan pembelian, responden yang mendapatkan saran dari orang lain lebih puas daripada responden yang tidak mendapatkan saran orang lain mengenai tempat pemeriksaan kehamilan.

Keputusan pembelian K4 berdasarkan cakupan kunjungan K4 menunjukkan responden yang melakukan pembelian K4 di tempat yang

sama lebih puas daripada responden yang melakukan K4 di tempat yang berbeda. Responden yang tidak k4 paling besar persentase ketidakpuasannya. Ketidakpuasan responden yang tidak melakukan K4 dapat disebabkan oleh beberapa hal seperti kebutuhan yang tidak terpenuhi, informasi yang kurang jelas mengenai pemeriksaan kehamilan, fasilitas pemeriksaan yang ada di tempat pemeriksaan kehamilan dan beberapa hal lainnya yang berhubungan dengan proses keputusan pembelian responden. Responden yang merasa puas tidak selalu yakin untuk memanfaatkan kembali pelayanan pemeriksaan kehamilan yang dilakukannya. Tidak semua responden yang puas akan merekomendasikan pemeriksaan kehamilan atau menceritakan pengalamannya kepada orang lain.

SIMPULAN

Keputusan pembelian responden mayoritas adalah keputusan berdasarkan pengaruh orang lain. Saran tempat pemeriksaan kehamilan tidak selalu diikuti oleh responden. Keputusan pembelian K4 yang paling sering dilakukan adalah K4 di satu tempat yang sama, diikuti tidak K4, dan yang terakhir adalah K4 di tempat yang berbeda. Perilaku pascabeli responden menunjukkan bahwa mayoritas puas. Kepuasan meningkat seiring dengan peningkatan psikografi responden. Responden yang puas berasal dari responden yang melakukan identifikasi kebutuhan, mencari informasi, dan tidak melakukan evaluasi alternatif. Responden yang mendapatkan saran orang lain lebih puas daripada yang tidak. Responden yang melakukan K4 di tempat yang sama memiliki tingkat kepuasan yang lebih besar. Secara garis besar, keputusan

pembelian responden bersifat rasional. Responden keputusan pembelian K4 yang melakukan pembelian K4 atau tidak melakukan pembelian K4 didasarkan pada keinginan mencari kesejahteraan hidupnya. Rasional atau tidak suatu keputusan berbeda bagi tiap orang. Keputusan yang tidak rasional bagi orang lain bisa merupakan sesuatu yang rasional dalam konteks psikografi konsumen itu sendiri. Upaya peningkatan pemanfaatan pelayanan pemeriksaan kehamilan di Puskesmas Tembok Duku adalah dengan mengotimalkan promosi mengenai pemeriksaan kehamilan, meningkatkan kemauan ibu hamil untuk melakukan pemeriksaan kehamilan dengan cara terus melakukan penyebarluasan informasi yang tepat dan bermanfaat mengenai pemeriksaan kehamilan, melakukan kunjungan rumah, menyediakan kebutuhan imunisasi, vitamin, dan tablet tambah darah, dan meningkatkan fasilitas pelayanan pemeriksaan kehamilan.

DAFTAR PUSTAKA

Adiyanta, S. (2008). Teori pilihan rasional (rational choice theory): alternatif metode

penjelasan dan pendekatan penelitian hukum empiris. *Jurnal MMH*, vol. 37, no. 2, 81-91.

- BKKBN. (2007). *Hindari Kehamilan 4 Terlalu*. Jakarta: BKKBN.
- Dinkes Kota Surabaya. (2008). *Profil Kesehatan Kota Surabaya*. Surabaya.
- Engel, J., Blackwell, R., & Miniard, P. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bandung: trans. FX Budiayanto, jilid 1 dan 2, edk 6, Binarupa Aksara.
- Kasim, F. (2007). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Cakupan K4. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Vol. 6, No. 2*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: B Sabran, Jilid 1, edk 12, Erlangga.
- Kottler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: B Sabran, Jilid 1, edk 13, Erlangga.
- Mowen, JC., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: trans. L Salim, jilid 1 dan 2, edk 5, Erlangga.
- Peranginangin, H. (2006). *Telaah Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Pemanfaatan Pelayanan Antenatal Care Pada Sarana Kesehatan: Pemeliharaan Kesehatan Ibu Hamil Dalam Upaya Pengelolaan Sumber Daya Alam Dan Lingkungan Hidup*. <http://docs.google.com/viewer.html>: sitasi 25 Juli 2012 .
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: trans. K Zulkifli, PT Indeks, edk 7.
- Scott, J. (2002). *Rational Choice Theory*. sitasi 2 Januari 2011: [http://private www.essex.ac.uk/~scottj/socscot7.htm](http://private.www.essex.ac.uk/~scottj/socscot7.htm).
- Sudarsono. (1984). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: LP3ES, PT Jaya Pirusa.
- Tjiptono, F. (2006). *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia.
- Wiknosastro, H. (2005). *Ilmu Kebidanan*. Jakarta: Yayasan Bina Pustaka Sarwono Prawirohardjo.