

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan perekonomian global saat ini mendorong pertumbuhan sektor jasa secara cepat, sehingga persaingan dalam bisnis jasa semakin ketat. Dengan pesatnya pertumbuhan bisnis jasa ini memungkinkan konsumen dapat melakukan pemilihan jasa yang dibutuhkan dengan lebih bervariasi dan membuat pilihan konsumen menjadi semakin banyak. Oleh karena itu, dengan meningkatnya intensitas jumlah pesaing, persaingan kegiatan bisnis yang bergerak di sektor jasa seperti halnya pada perusahaan manufaktur, bisnis jasa pun harus merumuskan strategi pemasaran dengan selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi apa yang diharapkan oleh konsumen dengan cara yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh para pesaing, sehingga dapat meyakinkan kelangsungan hidupnya (Zeithaml, 1996:56). Kualitas jasa yang ditawarkan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen, dengan demikian kepuasan konsumen atas jasa yang ditawarkan akan menciptakan loyalitas konsumen (Zeithaml, 1996:71), yang pada akhirnya akan membuat perusahaan tetap *survive* dan menghasilkan laba dalam jangka panjang.

Perkembangan dan peranan sektor jasa yang semakin besar terutama didorong oleh kemajuan pesat dalam teknologi telekomunikasi dan informasi. Kini berbagai macam bisnis jasa ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumennya. Salah satunya adalah bisnis jasa bidang pengobatan dan perawatan

(bidang medis) oleh rumah sakit. Sejalan dengan berkembangnya pola pikir manusia yang semakin menyadari akan pentingnya kesehatan, maka bisnis jasa dalam bidang ini juga semakin berkembang pesat. Salah satu pelaku bisnis jasa bidang pengobatan dan perawatan yang cukup dikenal masyarakat DIY adalah RS. Bethesda. Rumah sakit ini merupakan rumah sakit yang cukup besar dan mempunyai reputasi yang baik di benak masyarakat. Selain itu lokasinya yang strategis membuat rumah sakit ini menjadi salah satu alternative pusat pengobatan dan perawatan yang banyak dipilih pelanggan.

Seperti halnya rumah sakit lainnya, RS. Bethesda juga dihadapkan pada berbagai tantangan. Sebagian tantangan tersebut antara lain berupa persaingan di antara rumah sakit yang semakin ketat, globalisasi, dan liberalisasi ekonomi yang berpengaruh terhadap situasi bisnis dan ekonomi nasional serta internasional. RS. Bethesda harus mampu menjawab tantangan-tantangan tersebut dan mengantisipasi perubahan lingkungan yang terjadi itu sehingga tetap eksis sebagai penyedia jasa pengobatan dan perawatan yang bermutu. Oleh karena itu, RS. Bethesda harus terus berusaha untuk memberikan kualitas jasa yang memuaskan pelanggannya (pasien).

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menghadapi tantangan yang begitu sulit adalah dengan menyelenggarakan kontrak layanan, maksudnya adalah cara untuk menarik dan mempertahankan konsumen dengan sistem kontrak atau meningkatkan komitmen mereka sebagai bagian dari anggota rumah sakit. Dengan demikian perusahaan pun dapat menikmati keuntungan lain seperti produk jasa menjadi terdeferensiasi dan juga membangun loyalitas konsumen

sehingga menjadi keunggulan tersendiri agar konsumen tidak berpaling pada produk lain atau perusahaan jasa lainnya (Lupiyoadi, 2000:9).

Kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Meskipun demikian tidaklah gampang untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki ikatan atau hubungan yang baik tidak hanya dengan pelanggan akhir, tetapi juga dengan pihak lain, seperti pemasok, bahkan dengan pesaing.

Sikap konsumen terhadap perusahaan sangat penting. Allport (1967:8) mendefinisikan sikap sebagai kesiapan mental yang diorganisir berdasarkan pengalaman, yang merupakan respon individual terhadap semua obyek dan situasi yang terkait dengan pengalaman tersebut. Sedangkan Eagly (1992) mengungkapkan bahwa umumnya sikap digambarkan sebagai kecenderungan evaluasi terhadap sesuatu.

Definisi yang dikemukakan oleh Allport dan pemahaman Eagly mengenai sikap tersebut memperlihatkan adanya hubungan antara pengalaman mengkonsumsi dengan sikap sebagai suatu evaluasi. Sehingga sikap merupakan hasil dari suatu evaluasi terhadap sesuatu obyek/ perilaku (Ajzen dan Fishbein, 1980).

Mengacu pada pemahaman sikap tersebut, maka dapat diperkirakan bahwa konsumen yang “terikat”, yang sudah memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan RS. Bethesda, akan memiliki persepsi terhadap Kualitas Pelayanan,

Fasilitas Fisik, dan Citra Merek atas rumah sakit tersebut, yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap keinginan untuk mendapatkan layanan medis.

Atas dasar latar belakang tersebut maka pengaruh indikator atau variabel-variabel yang relevan terhadap keinginan untuk mendapatkan layanan medis dari rumah sakit oleh pengguna jasa pada rumah sakit menjadi bahan penelitian ini. Dengan mengambil kasus di RS. Bethesda Yogyakarta maka penelitian ini berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS FISIK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEINGINAN MENDAPATKAN LAYANAN MEDIS (Studi Kasus Pada RS. BETHESDA YOGYAKARTA)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik, dan Citra Merek terhadap Keinginan pengguna jasa untuk mendapatkan layanan medis di RS. Bethesda Yogyakarta?
2. Apakah terdapat variabel yang secara signifikan berpengaruh paling dominan terhadap Keinginan pengguna jasa untuk mendapatkan layanan medis di RS. Bethesda Yogyakarta?
3. Apakah terdapat perbedaan Keinginan untuk mendapatkan layanan medis oleh pengguna jasa RS. Bethesda (yang melakukan pengobatan dan perawatan atau pasien) jika ditinjau dari perbedaan karakteristik mereka?

1.3 Batasan Masalah

Dalam rangka menghindari luasnya tinjauan atas variabel-variabel penelitian yang saling berhubungan, maka perlu diberikan batasan agar pembahasannya lebih jelas, ringkas, dan terarah sesuai dengan prioritas dan kemampuan penulis (Husein, 2002:378). Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.3.1 Penelitian ini dilakukan atas para pengguna jasa atau pasien RS. Bethesda yang telah berobat jalan minimal 3 kali. Adapun karakteristik mereka dibedakan berdasarkan :

1. Jenis kelamin

Pengguna jasa yang menjadi responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin yaitu Laki-laki dan Perempuan.

2. Usia

Maksudnya adalah mengelompokkan responden yang berobat jalan di RS. Bethesda berdasarkan usianya saat dilakukan penelitian. Usia dikelompokkan menjadi 5, yaitu:

- a. 16 tahun – 25 tahun (Adolescence)
- b. 26 tahun – 35 tahun (Early Adulthood)
- c. 36 tahun – 45 tahun (Middle Age)
- d. 46 tahun – 55 tahun
- e. \geq 55 tahun (Old)

3. Tingkat pendidikan terakhir

Mengelompokkan responden berdasarkan pendidikan terakhir saat dilakukan penelitian. Tingkat pendidikan dikelompokkan menjadi:

- a. SD
- b. SMP
- c. SMA
- d. D1 / D2 / D3 / Sarjana Muda
- e. D4 / S1
- f. S2 / S3

4. Pekerjaan

Mengelompokkan responden berdasarkan jenis pekerjaannya saat dilakukan penelitian. Pekerjaan dikelompokkan menjadi:

- a. Mahasiswa/ pelajar
- b. Pegawai Negeri
- c. Karyawan Swasta
- d. Wiraswasta
- e. Lain-lain

5. Penghasilan

Mengelompokkan responden berdasarkan besarnya penghasilan tiap bulan berdasarkan UMP DIY tahun 2005, atau yang berlaku saat dilakukan penelitian, menjadi:

- a. \leq Rp 400.000
- b. Rp 400.000 - Rp 800.000
- c. Rp 800.000 - Rp 1.200.000

d. Rp 1.200.000 - Rp 1.600.000

e. \geq Rp 1.600.000

6. Waktu

Mengelompokkan berdasarkan waktu pertama kali responden berobat di RS. Bethesda. Waktu tersebut dikelompokkan menjadi:

a. \leq 1 tahun

b. 1 tahun – 2 tahun

c. 2 tahun – 3 tahun

d. 3 tahun – 4 tahun

e. 4 tahun – 5 tahun

f. \geq 5 tahun

7. Intensitas/ frekuensi berobat

Mengelompokkan berdasarkan intensitas/ frekuensi responden berobat di RS. Bethesda dalam kurun 1 tahun terakhir. Intensitas/ frekuensi tersebut dikelompokkan menjadi:

a. 1 – 3 kali

b. 4 – 6 kali

c. 7 – 9 kali

d. 10 – 12 kali

e. \geq 12 kali

8. Jarak

Mengelompokkan berdasarkan jarak tempat-tinggal responden dengan RS. Bethesda. Jarak tersebut dikelompokkan menjadi:

- a. ≤ 5 km
- b. 5 km – 10 km
- c. 10 km – 15 km
- d. 15 km – 20 km
- e. ≥ 20 km

9. Alasan berobat

Mengelompokkan berdasarkan alasan responden berobat ke RS.

Bethesda yang paling sering. Alasan tersebut dikelompokkan menjadi:

- a. Untuk mengecek kondisi kesehatan.
- b. Untuk pengobatan penyakit tertentu yang sama. (misal: stroke, jantung, syaraf).
- c. Untuk pengobatan penyakit yang tidak sama (berganti-ganti).
- d. Lainnya.....

10. Dasar utama

Mengelompokkan berdasarkan dasar utama responden menjadikan RS.

Bethesda sebagai pilihan tempat berobat. Dasar utama tersebut dikelompokkan menjadi:

- a. Atas pertimbangan atau pilihan pribadi/ keluarga
- b. Karena rujukan atau “perintah” dokter/ tenaga medis yang merawat Anda
- c. Lainnya.....

11. Kepemilikan dokter pribadi atau langganan keluarga.

Mengelompokkan berdasarkan apakah responden memiliki/ tidak memiliki dokter pribadi atau langganan keluarga. Pengelompokan tersebut meliputi:

- a. Ya. Dokter/ tenaga medis tersebut bekerja di RS. Bethesda.
- b. Ya. Tetapi dokter/ tenaga medis tersebut tidak bekerja di RS. Bethesda.
- c. Tidak memiliki dokter/ tenaga medis pribadi atau langganan keluarga.

12. Kepemilikan kartu berobat rumah sakit lain.

Mengelompokkan berdasarkan apakah responden memiliki/ tidak memiliki kartu berobat dari rumah sakit lain. Pengelompokan tersebut meliputi:

- a. Ya
- b. Tidak

1.3.2 Definisi Operasional variabel-variabel penelitian ini sebagai berikut:

a. Variabel tidak bebas (Dependent Variables) :

Keinginan/ niat mendapatkan layanan medis (Y)

Pengertian niat (*Intentions*) adalah kecenderungan untuk melakukan tindakan terhadap obyek (Asael, 1998). Menurut Dharmmesta (1999) *intentions* terkait dengan *attitude* dan *behavior*. Dalam konteks penelitian ini adalah kecenderungan pengguna jasa atau pasien untuk melakukan pengobatan dan perawatan di RS. Bethesda.

b. Variabel bebas (Independent Variables) :

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Adalah keinginan RS. Bethesda untuk membantu pengguna jasa (konsumen/ pasien) untuk mencapai maksudnya dan memberikan pelayanan yang terbaik.

2. Fasilitas Fisik (X2)

Adalah sumber daya atau bukti fisik yang harus ada atau dimiliki oleh RS. Bethesda misalnya: ruang pemeriksaan, ruang rawat inap, alarm, alat medis, toilet, dan lainnya sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen/pasien.

3. Citra Merek (X3)

Menurut Martin S. Roth (1995:163), definisi citra merek (*brand image*) adalah: sebuah penilaian atas suatu merek yang ada di dalam pemikiran/benak konsumen, yang dalam hal ini adalah pasien terhadap RS. Bethesda.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik, dan Citra Merek terhadap Keinginan pengguna jasa untuk mendapatkan layanan medis di RS. Bethesda Yogyakarta.

2. Untuk mengetahui terdapat atau tidaknya variabel yang secara signifikan berpengaruh paling dominan terhadap Keinginan pengguna jasa untuk mendapatkan layanan medis di RS. Bethesda Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan Keinginan untuk mendapatkan layanan medis oleh pengguna jasa RS. Bethesda (yang melakukan pengobatan dan perawatan atau pasien) jika ditinjau dari perbedaan karakteristik mereka.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini maka pada akhirnya nanti diharapkan adanya manfaat yang dapat diambil:

1. Bagi pihak RS. Bethesda

Bagi RS. Bethesda diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sehingga manajemen mengetahui kekuatan dan kelemahan dari Kualitas Pelayanan kesehatan yang selama ini diberikan, serta untuk memperbaiki Kualitas Pelayanan sebagai usaha untuk meningkatkan kemampuan bersaing secara positif sekaligus memberikan Kualitas Pelayanan yang terbaik kepada konsumen/ pasien. Selain itu, penelitian ini diharapkan juga dapat digunakan sebagai masukan atau bahan pertimbangan dalam penentuan kebijakan-kebijakan operasional RS. Bethesda selanjutnya.

2. Bagi penulis

Penelitian ini bermanfaat sebagai ajang latihan atau sarana penerapan teori-teori yang telah diperoleh selama masa studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta khususnya dalam bidang pemasaran jasa.

3. Bagi pihak lain

Bagi pihak lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai tambahan pengetahuan ataupun referensi dan bahan pemikiran serta pembandingan untuk penelitian sejenis.

1.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang berupa kesimpulan atau jawaban sementara atas permasalahan penelitian sehingga untuk membuktikan kebenarannya masih memerlukan pengujian dan analisis lebih lanjut. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik, dan Citra Merek secara signifikan berpengaruh kuat dan positif terhadap Keinginan pengguna jasa untuk mendapatkan layanan medis di RS. Bethesda Yogyakarta.
2. Variabel Kualitas Pelayanan secara signifikan berpengaruh paling dominan terhadap Keinginan pengguna jasa untuk mendapatkan layanan medis di RS. Bethesda Yogyakarta.
3. Terdapat perbedaan Keinginan untuk mendapatkan layanan medis oleh pengguna jasa atau pasien di RS. Bethesda Yogyakarta ditinjau dari perbedaan karakteristik mereka.

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Tempat penelitian

Penelitian dilakukan di RS. Bethesda Yogyakarta, Jalan Jenderal Sudirman nomor 70 pada bulan November – Desember 2005.

1.7.2 Metode Pengumpulan Sampel

1.7.2.1 Cara Pengambilan Sampel

Metode pengumpulan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Pengambilan sampel ini berdasarkan pada pertimbangan yang pada dasarnya berkaitan dengan pemilihan sampel yang representative untuk populasi tertentu (Sukadji, 2000:28). Sebab itu dalam pengambilan sampel pada penelitian ini, setiap elemennya dengan sengaja dipilih untuk mewakili populasi dengan tujuan memperoleh sampel yang sesuai dengan karakteristik penelitian.

1.7.2.2 Banyaknya Sampel

Dikarenakan luasnya populasi dalam penelitian ini dan dikarenakan adanya keterbatasan dari penulis berupa keterbatasan waktu dan biaya maka penulis memutuskan untuk mengambil sampel sebanyak 100 orang responden, dan dengan jumlah sampel besar ($n > 30$) ini diharapkan dapat mewakili populasi yang ada.

1.7.3 Metode Pengumpulan Data

1.7.3.1 Studi Pustaka

Studi pustaka adalah penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari dan menelaah buku-buku literature yang menunjang penulisan skripsi ini. Studi pustaka dilakukan terutama dengan maksud dan tujuan mendapatkan bahan sebagai landasan teori yang kokoh dalam melakukan penelitian ini.

1.7.3.2 Studi Lapangan

Studi lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ke tempat/ obyek penelitian. Hal ini dapat dilakukan dengan cara:

1) Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung di lapangan kepada pihak responden dan pihak-pihak yang terkait dalam penelitian, misalnya staff RS. Bethesda.

2) Kuesioner

Pengambilan data diperoleh dengan membuat daftar pertanyaan yang kemudian dibagikan kepada responden. Ini merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara/ teknik komunikasi tidak langsung, yaitu dengan membagikan pertanyaan secara tertulis yang relevan dengan penelitian kepada responden sehingga diperoleh informasi yang dibutuhkan.

Pada penelitian ini, kedua cara tersebut dilaksanakan secara bersamaan.

1.7.4 Data yang Diperlukan

1.7.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh serta dikumpulkan secara langsung dari sumbernya atau obyeknya. Pengumpulan data primer ini dapat diperoleh melalui observasi atas obyek penelitian dan melalui penyebaran kuesioner.

1.7.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui studi kepustakaan yang berhubungan dengan obyek yang diteliti, seperti misalnya teori-teori yang terdapat pada buku-buku literature, catatan kuliah, jurnal yang memuat hasil-hasil penelitian serupa dan lain-lain. Di samping itu data sekunder juga diperoleh melalui laporan departemen/ divisi pemasaran di RS. Bethesda serta *browsing* di internet dengan alamat situs yang berhubungan dengan obyek penelitian.

1.7.5 Metode Pengukuran Data

Daftar pertanyaan yang telah disusun berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap layanan medis pada RS. Bethesda dinilai berdasarkan skala Likert dengan metode rating yang dijumlahkan. Metode ini merupakan penskalaan pernyataan dari sikap yang menggunakan distribusi respon sebagai dasar penentuan nilai skalanya. Responden diminta memberikan pernyataan setuju ataupun tidak setuju terhadap isi dari pernyataan yang dikelompokkan ke dalam 5 kategori jawaban yaitu:

Sangat Tidak Setuju (STS) / Sangat Jelek (SJ)	= 1
Tidak Setuju (TS) / Jelek (J)	= 2
Netral / Biasa (N)	= 3
Setuju (S) / Baik (B)	= 4
Sangat Setuju (SS) / Sangat baik (SB)	= 5

1.7.6 Metode Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan analisis data, terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap kuesioner yang digunakan. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian layak digunakan. Instrument penelitian ini berupa kuesioner yang berisi pernyataan tertutup yang diberikan kepada responden.

Teknik-teknik yang digunakan dalam pengujian instrument adalah Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

1.7.6.1 Uji Validitas

Validitas mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrument pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Test yang telah menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah (Azwar, 1997 : 5).

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk pengujian validitas menggunakan rumus koefisien korelasi product moment dari Karl Pearson (Product Moment Coefficient of Correlation) dengan taraf signifikansi (α) yang digunakan adalah 5 % (Sutrisno Hadi, 1991 : 23), yaitu :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara x dan y

$\sum x$ = Jumlah skor item/butir

$\sum xy$ = Jumlah hasil kali antara x dan y

N = Banyaknya subyek yang diuji coba

1.7.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian kestabilan alat ukur yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang sama bila dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek tidak mengalami perubahan. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas (keandalan) yang digunakan adalah Teknik Cronbach's Alpha.

Koefisien alpha (α) dihitung dari interkorelasi rata-rata antar item yang mengukur konsep. Semakin koefisien alpha (α) tersebut mendekati nilai 1, maka semakin tinggi konsistensi reliabilitas internal yang diukur. Alpha Cronbach mengukur reliabilitas yang berinterval dari 0 sampai 1. Rumus yang digunakan (Hadi, 1991 : 56) :

$$r_{ii} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_j^2}{S_x^2} \right]$$

Keterangan:

K = Banyaknya belahan test

S_j^2 = Varians Belahan

S_x^2 = Varians skor test

1.7.7 Metode Analisis Data

1.7.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui gambaran tentang karakteristik konsumen RS. Bethesda. Gambaran yang diperoleh dari purposive sampling pada bulan Oktober 2005 ini mungkin dapat digunakan RS. Bethesda untuk mengidentifikasi segmen pasar yang dituju dan mendukung strategi pemasaran yang dilakukan. Rumus (Supranto, 1991: 28) adalah:

$$P = \frac{n_i}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = hasil persentase

n_i = jumlah responden yang memilih jawaban

N = jumlah seluruh responden

1.7.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui intensitas dan arah pengaruh variabel independent (x_1, \dots, x_n) terhadap variabel dependent (Y). Persamaan variabel yang diperoleh dari proses perhitungan regresi harus diuji secara statistik koefisien regresinya. Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keinginan untuk mendapatkan layanan medis

- x_1 = skor Kualitas Pelayanan
 x_2 = skor Fasilitas Fisik
 x_3 = skor Citra Merek
 β_0 = konstanta dari persamaan regresi
 $\beta_{1, 2, \dots, 3}$ = koefisien regresi variabel x_1, x_2, \dots, x_3
 e = residual / *prediction error*

Sedangkan untuk menunjukkan signifikansi dari determinasi yang mempengaruhi variabel dependent, digunakan:

1) Pengujian secara individu (Uji t atau t-Test)

Uji ini dimaksudkan untuk menguji sebagian hipotesis 1, yaitu tentang ada atau tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent secara individual. Adapun langkah-langkah uji t adalah sebagai berikut:

a) Menentukan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a)

$H_0 : \beta_i = 0$ berarti variabel-variabel independent secara individual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent.

$H_a : \beta_i \neq 0$ berarti variabel-variabel independent secara individual berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent.

b) Menentukan *level of significant* (α) dengan batas toleransi kesalahan 5%.

c) Menghitung harga t dengan rumus:

$$t = \frac{\beta_i}{SE(\beta_i)}$$

Keterangan:

β_i = Koefisien regresi variabel independent i

$SE(\beta_i)$ = Standard Error variabel independent i

- d) Menentukan t tabel dengan df (n – k) dan $\alpha = 0,05$
- e) Jika nilai t hitung > t tabel H_0 ditolak dan H_a diterima (probabilitas $\leq 0,05$) yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independent terhadap variabel dependent secara individual. Sebaliknya, jika t hitung < t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak (probabilitas > 0,05) berarti secara individual tidak terdapat pengaruh variabel-variabel independent terhadap variabel dependent secara signifikan.

2) Pengujian secara serempak (F-Test)

Uji ini digunakan untuk menguji sebagian hipotesis 1, yaitu tentang ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independent secara serempak terhadap variabel dependent. Adapun langkah-langkah uji F adalah sebagai berikut:

a) Menentukan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a)

$H_0 : \beta_i = 0$ berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independent secara serempak terhadap variabel dependent.

$H_a : \beta_i \neq 0$ berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independent secara serempak terhadap variabel dependent.

b) Menentukan *level of significant* (α) dengan batas toleransi kesalahan 5%.

c) Menentukan kriteria pengujian:

- Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (probabilitas $\leq 0,05$) yang berarti variabel independent secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.
- Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (probabilitas $> 0,05$) yang berarti variabel independent secara serempak tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

d) Menentukan t tabel dengan $df (n - k)$ dan $\alpha = 0,05$.

$$F_n = \frac{SS_{reg} / (k - 1)}{SS_{res} / (n - k)}$$

Keterangan:

SS_{reg} = Sum Square Regression

SS_{res} = Sum Square Residual

k = Jumlah variabel independent yang digunakan

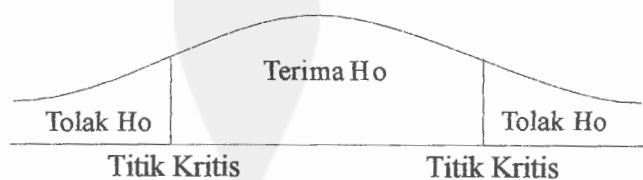
n = Jumlah sampel data

- e) Jika nilai t hitung $> t$ tabel H_0 ditolak dan H_a diterima (probabilitas $\leq 0,05$) yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independent secara serempak terhadap variabel dependent. Sebaliknya, jika t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak (probabilitas $> 0,05$) berarti secara serempak tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel-variabel independent terhadap variabel dependent.

1.7.7.3 Analisis One Sampel T-test

Pengujian satu sampel pada prinsipnya ingin menguji apakah suatu nilai tertentu (yang diberikan sebagai pembanding) berbeda secara nyata atukah tidak dengan rata-rata suatu sample. Misalnya untuk pengujian hipotesis 2 pada test value sebesar 3,00 (yang merupakan kekuatan netral dari skala Likert 1 – 5). Maka langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Menentukan H_0 dan H_a
 - a. $H_0 : \eta = 3,00$ artinya variabel–variabel independent dan dependent dalam penelitian ini bobot mutunya netral / sedang.
 - b. $H_a : \eta \neq 3,00$ artinya variabel–variabel independent dan dependent dalam penelitian ini bobot mutunya tinggi ($> 3,00$) atau rendah ($< 3,00$).
2. Menentukan daerah H_0 dan H_a dengan $df = n - k$, dan *level of significant* $\alpha = 0,05$
3. Mencari t hitung
4. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai probabilitas :
 - a. H_0 diterima apabila t hitung $< t$ tabel atau probabilitas $> 0,05$
 - b. H_a diterima apabila t hitung $> t$ tabel atau probabilitas $\leq 0,05$



1.7.7.4 Analisis Independet Sampel T-test

Pengujian ini bertujuan untuk menguji sebagian hipotesis 3, yaitu tentang ada atau tidaknya perbedaan keinginan untuk mendapatkan layanan medis oleh pengguna jasa/ pasien RS. Bethesda jika ditinjau dari perbedaan jenis kelamin dan kepemilikan kartu berobat rumah sakit lainnya. Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

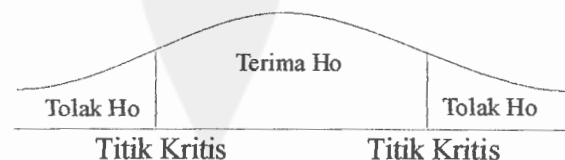
1) Menentukan hipotesis

a) $H_0 : \eta_1 = \eta_2$ tidak terdapat perbedaan keinginan untuk mendapatkan layanan medis oleh pengguna jasa/ pasien RS. Bethesda jika ditinjau dari perbedaan jenis kelamin dan kepemilikan kartu berobat rumah sakit lain.

b) $H_a : \eta_1 \neq \eta_2$ terdapat perbedaan keinginan untuk mendapatkan layanan medis oleh pengguna jasa/ pasien RS. Bethesda jika ditinjau dari perbedaan jenis kelamin dan kepemilikan kartu berobat rumah sakit lain.

2) Menentukan titik kritis

Untuk ini digunakan teknik korelasi uji dua arah $\alpha = 0,05$. Oleh karena jumlah sampel besar maka $\alpha / 2$ menjadi 0,025 dengan $df = n - k$, $100 - 2 = 98$. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai probabilitas:



- Ho diterima apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau probabilitas $> 0,05$
- Ha diterima apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau probabilitas $\leq 0,05$

1.7.7.5 Analisa One Way Anova

Analisis One Way Anova bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya perbedaan rata-rata lebih dari dua sampel. Dalam penelitian ini, alat tersebut digunakan untuk menguji sebagian dari hipotesis 3, yaitu tentang ada atau tidaknya perbedaan keinginan untuk mendapatkan layanan medis oleh pengguna jasa/ pasien RS. Bethesda ditinjau dari perbedaan usia, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, waktu, frekuensi/ intensitas, jarak, alasan, dasar utama, kepemilikan dokter/ tenaga medis pribadi. Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

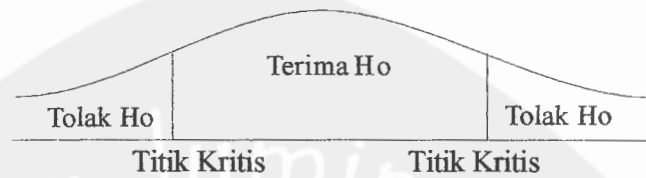
1. Menentukan Hipotesis nol dan Hipotesis alternatif

- a. $H_0 : \eta_1 = \eta_2 = \eta_3$ tidak terdapat perbedaan keinginan untuk mendapatkan layanan medis oleh pengguna jasa/ pasien RS. Bethesda jika ditinjau dari perbedaan usia, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, waktu, frekuensi/ intensitas, jarak, alasan, dasar utama, kepemilikan dokter/ tenaga medis pribadi.
- b. $H_0 : \eta_1 \neq \eta_2 \neq \eta_3$ terdapat perbedaan keinginan untuk mendapatkan layanan medis oleh pengguna jasa/ pasien RS. Bethesda jika ditinjau dari perbedaan usia, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, waktu, frekuensi/ intensitas, jarak, alasan, dasar utama, kepemilikan dokter/ tenaga medis pribadi.

2. Menentukan daerah penerimaan dari H_0 dan H_a

- Numerator = $k - 1$

- Denominator = $n - k$
- $\alpha = 5\%$



Keterangan:

- k = jumlah kolom
- n = jumlah elemen tiap kolom

3. Menentukan nilai uji statistik

Nilai uji statistik atau F ratio yaitu dengan perhitungan :

$$F \text{ ratio} = \frac{\text{Variance between sample}}{\text{Variance within sample}}$$

4. Membandingkan F ratio dengan daerah penerimaan Ho dan Ha

- a. Daerah penerimaan Ho adalah $F\text{-ratio} < F \text{ tabel atau probabilitas} > 0,05$
- b. Daerah penerimaan Ha adalah $F\text{-ratio} > F \text{ tabel atau probabilitas} \leq 0,05$

5. Kesimpulan

Jika Ho tersebut diterima berarti menerima hipotesis yang menyatakan bahwa rata-rata populasi tidak berbeda. Jika Ha diterima artinya menolak hipotesis yang menyatakan bahwa rata-rata populasi tidak berbeda.

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang berisi tentang Latar belakang masalah, Rumusan masalah, Batasan masalah, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, Hipotesis, Metodologi penelitian, Pengujian Instrumen (validitas dan reliabilitas), Metode analisis data, dan Sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini berisi tentang dasar-dasar teori dan konsep yang melandasi dan mendukung obyektivitas serta idealisasi dari penelitian. Bab ini disusun berdasarkan studi pustaka.

BAB III : Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran secara umum RS. Bethesda yang meliputi sejarah organisasi, visi dan misi organisasi, perkembangan dan struktur organisasi, serta data lain yang mempunyai relevansi atau yang berhubungan dengan fokus penelitian.

BAB IV : Analisis Data

Bab ini berisi tentang pengolahan data yang telah diperoleh selama penelitian guna menguji hipotesis yang telah dikemukakan dan berdasar serta didukung teori yang ada. Hasil analisis data ini selanjutnya digunakan sebagai bahan

pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan berupa kesimpulan dan saran.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan hasil analisis data yang telah dilakukan dan berisi saran-saran yang mungkin dapat dipertimbangkan oleh pihak RS. Bethesda dalam meningkatkan Kualitas Pelayanan jasa untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

