

**Pengaruh Karakteristik Individu Dan Bauran Pemasaran Terhadap Memilih Tempat Persalinan Di Rumah Sakit Grha Permata Ibu Depok**

Fajriah Suliestyo Reni, Sri Rahayu, Rachmad  
Universitas Respati Indonesia  
Email: fajriah@urindo.ac.id

**ABSTRAK**

Strategi Pemasaran Rumah Sakit telah menjadi faktor penting dalam menentukan kepentingan publik dalam pelayanan Rumah Sakit. Faktanya rumah sakit Grha Permata Ibu memiliki banyak pasien di Antenatal Care tetapi kesabaran terhadap persalinan rendah. Ini adalah penelitian observasional dengan metode analisis deskriptif kuantitatif. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Responden adalah pasien non BPJS di rumah sakit Grha Permata Ibu. Penelitian ini menggunakan Regresi Linier Sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian ini dapat diterima. Penelitian membuktikan bahwa usia dengan nilai-P  $0,001 < 0,05$  dan Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses dan bukti fisik) dengan nilai P-  $0,001 < 0,05$ , yang berarti memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat Pilih pengiriman rumah Ibu Di Rumah Sakit Grha permata. Bauran pemasaran merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam pemilihan tempat minat tenaga kerja di Permata Rumah Sakit Grha dengan nilai korelasi  $0,987$ , dan Place adalah faktor yang paling berpengaruh dari komponen bauran pemasaran dengan nilai beta  $0,379$ . Semakin baik bauran pemasarannya, semakin tinggi minat masyarakat terhadap rumah sakit dan dapat dilihat melalui banyak rumah sakit dipilih sebagai sarana pengiriman mereka. Implikasi manajerial dari penelitian ini adalah manajemen rumah sakit perlu lebih memperhatikan anggota evaluasi Fasilitas, Infrastruktur dan Kualitas Layanan. Manajemen rumah sakit perlu menilai biaya layanan yang efisien dan terjangkau. Serta biaya yang dikeluarkan sesuai dengan layanan yang diperoleh.

Kata kunci: karakteristik individu, bauran pemasaran, minat

**ABSTRACT**

Hospital Marketing Strategies have become important factors in determining the public interest in the service of the Hospital. In fact hospital Grha Permata Ibu have many patients in Antenatal Care but patients to labor is low. This was observational research with quantitative descriptive analytic method. Respondents in this study as many as 100 people. The respondents are a non BPJS patients in hospital Grha Permata Ibu. This study uses the Simple Linear Regression. The result showed that research are acceptable. The research proves that age with P- value  $0.001 < 0.05$  and Marketing Mix (Product, Price, Place, Promotion, People, Process and physical evidence) with P- value  $0.001 < 0.05$ , which means have a positive and significant impact on the interest choose home delivery Mother In Hospital Grha gem. Furthermore, the marketing mix is the most influential factor on choosing where labor interests in Hospital Grha mother gem with a correlation value of  $0,987$ , and the Place is the most influential factor from marketing mix component with beta value  $0,379$ . The better its marketing mix, the higher public interest in the hospital and can be seen through the many hospitals were chosen as the means of their delivery. Hospital management needs to pay more attention to the evaluation members Facilities, Infrastructure and Quality of Service.

Keywords: individual characteristics, marketing mix, interests

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Rumah sakit sebagai salah satu sarana kesehatan untuk memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat mempunyai peran yang sangat penting dalam mempercepat peningkatan derajat kesehatan masyarakat. Hal ini menuntut penyedia jasa pelayanan kesehatan yakni rumah sakit untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik, tidak hanya pelayanan yang bersifat penyembuhan penyakit tetapi juga mencakup pelayanan yang bersifat pencegahan. Oleh karena itu, rumah sakit dituntut untuk memberikan pelayanan yang bermutu sesuai dengan standar yang ditetapkan dan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat (Utama,2003).

Menurut data Dirjen Bina Upaya Kesehatan Kementerian Kesehatan (Kemenkes) dalam Meryana (2012), jumlah rumah sakit di Indonesia per Mei 2012 sudah mencapai 1.959 unit. Rumah sakit pemerintah sebanyak 785 atau lebih dari 50% merupakan rumah sakit swasta. Tren kenaikan jumlah rumah sakit yang semakin tahun semakin bertambah mengindikasikan bahwa rumah sakit harus mampu bersaing..

Diantara sekian banyak rumah sakit yang ada di Indonesia tersebut, salah satunya adalah Rumah Sakit Grha Permata (RS GPI) Ibu, berawal dari sebuah klinik dan Rumah Bersalin

Permata Ibu. Rumah sakit ini merupakan rumah sakit dengan tipe C berlokasi di jalan KH. M. Usman No.168 Kelurahan Kukusan Kecamatan Beji Kota Depok.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Tujuan Umum

Menganalisis pengaruh karakteristik individu dan bauran pemasaran terhadap minat memilih tempat persalinan di Rumah Sakit Grha Permata Ibu Depok

#### 2. Tujuan Khusus

a. Mengetahui dan menganalisa karakteristik pasien, bauran pemasaran dan minat pasien di Poliklinik Kebidanan dan Kandungan Rumah Sakit Grha Permata Ibu.

b. Mengetahui dan Menganalisa pengaruh karakteristik pasien (usia, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan) terhadap minat memilih tempat persalinan di Rumah Sakit Grha Permata Ibu.

c. Mengetahui dan menganalisa pengaruh bauran pemasaran yang meliputi: *product, price, place, promotion, people process* dan *physical Evidence* terhadap minat memilih tempat persalinan di Rumah Sakit Grha Permata Ibu

d. Mengetahui dan menganalisa faktor yang paling mempengaruhi minat memilih tempat persalinan pada pasien

poliklinik Kebidanan dan Kandungan di  
Rumah Sakit Grha Permata Ibu.

### **Ruang Lingkup Penelitian**

#### 1. Lingkup Sasaran

Penelitian ini ditujukan kepada pasien ibu hamil non BPJS di poliklinik kebidanan dan kandungan di Rumah sakit Grha Permata Ibu.

#### 2. Lingkup Masalah

Masalah dibatasi pada pengaruh persepsi pasien tentang bauran pemasaran terhadap minat memilih tempat persalinan di Rumah Sakit Grha Permata Ibu sehingga dapat diketahui program marketing yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan minat memilih tempat persalinan di Rumah Sakit Grha Permata Ibu.

### **Manfaat Penelitian**

#### 1. Bagi Rumah Sakit Grha Permata Ibu Depok

- a. Memberi masukan kepada manajerial untuk mengetahui apakah program marketing yang dibuat sudah efektif dan tepat sasaran.
- b. Sebagai dasar untuk mengetahui mutu pelayanan di Poliklinik Kebidanan dan Kandungan Rumah Sakit Grha Permata Ibu Depok

#### 2. Bagi Peneliti

- a. Menambah pengetahuan dan pengalaman tentang mutu program bauran pemasaran.

- b. Menambah wawasan tentang pengaruh karakteristik individu dan bauran pemasaran terhadap minat memilih tempat persalinan .

#### 3. Bagi Program Studi MARS URINDO

Untuk menambah kepustakaan tentang penerapan manajemen pemasaran rumah sakit

#### 4. Bagi Jurnal Terpublikasi

Peneliti berharap penelitian ini masuk dalam jurnal terpublikasi

### **METODE**

#### **4.1. Desain Penelitian**

Jenis Penelitian adalah Observasional dengan metode kuantitatif yang deskriptif analitik. Tidak melakukan perlakuan pada subyek penelitian dalam rangka memberikan gambaran secara lebih jelas tentang pengaruh karakteristik individu dan bauran pemasaran terhadap minat memilih tempat persalinan pada pasien poliklinik Kebidanan dan Kandungan di Rumah Sakit Grha Permata Ibu Depok.

#### **4.2. Waktu Dan Tempat Penelitian.**

Waktu Penelitian tesis ini berlangsung selama bulan Agustus- September 2016 dan tempat penelitian penulisan ini adalah di ruang Poliklinik Kebidanan dan Kandungan Rumah Sakit Grha Permata Ibu Depok, yang beralamat di Jalan KH. M. Usman No.168 Kelurahan Kukusan Kecamatan Beji Kota Depok

### 1. Pendekatan waktu Pengumpulan Data

Pendekatan waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cross Sectional*. *Cross sectional* adalah penelitian yang pengukuran variabelnya dilakukan hanya satu kali, pada satu saat. *Cross sectional* atau studi belah lintang dimana proses pengambilan data dilakukan secara bersamaan antara variabel bebas yaitu karakteristik individu bauran pemasaran dan variabel terikat yaitu minat memilih tempat persalinan pada pasien ibu hamil non BPJS yang telah mendapatkan pelayanan di Poliklinik di Rumah Sakit Grha Permata Ibu Depok.

### 2. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat oleh peneliti. Data primer diperoleh melalui teknik pengumpulan data dengan kuisisioner. Data primer diambil dari hasil kuisisioner untuk data kuantitatif meliputi karakteristik pasien (umur, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan), persepsi pasien mengenai bauran pemasaran (*product, price, place, promosi, people, process, physical evidence*) terhadap minat memilih tempat persalinan di Rumah Sakit Grha Permata ibu.

### 4.3 Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan subyek yang mempunyai karakteristik tertentu sesuai dengan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah

pasien ibu hamil non BPJS yang sudah mendapatkan pelayanan kesehatan di Poliklinik Kebidanan dan Kandung Rumah Sakit Grha Permata Ibu Depok.

### 4.4. Prosedur Pemilihan Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel pada penelitian ini adalah pasien ibu hamil non BPJS yang sudah mendapatkan pelayanan di Poliklinik Rumah Sakit Grha Permata Ibu Depok.

Prosedur pemilihan sampel yaitu dengan teknik *purposive random sampling*, yaitu dengan mengambil setiap pasien ibu hamil yang datang ke poliklinik Kebidanan dan Kandungan sesuai kriteria inklusi sampai tercapai jumlah yang ditentukan. Pengambilan sampel pasien ditentukan dengan menggunakan rumus seperti dibawah ini:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot (d^2)}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = besar populasi

d<sup>2</sup> = tingkat kepercayaan/ketepatan yang diinginkan

jumlah pasien lama poliklinik 2.434 pasien

$$n = \frac{2.434}{1 + 2.434 \cdot (0,01)} = 96 \text{ pasien} = 100 \text{ Orang}$$

Jumlah sampel penelitian berdasarkan perhitungan diatas adalah 100 orang pasien.

Adapun Kriteria inklusi dan eksklusi dari responden yang dapat menjadi sampel penelitian adalah:

- a. Kriteria inklusi yaitu: Pasien ibu hamil non BPJS yang sudah mendapatkan, bersedia diwawancarai, pasien dalam kondisi sadar dan dapat melakukan komunikasi dengan baik
- a. Kriteria eksklusi yaitu: pasien adalah pegawai rumah sakit atau keluarganya, Pasien yang tidak bersedia di wawancarai, Pasien BPJS

#### **4.5 Instrumen Penelitian dan Cara Penelitian**

##### **1. Instrument Penelitian**

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuisisioner terstruktur yang berisi pernyataan yang harus diisi oleh responden yang terpilih.

Kuisisioner terdiri dari tiga bagian yaitu:

- a. Kuisisioner untuk mengetahui pengaruh karakteristik pasien, meliputi , umur, pekerjaan, pendidikan dan penghasilan.
- b. Kuisisioner untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran, meliputi persepsi pasien tentang *product, price, place, promosi, people, process, physical evidence*.
- c. Kuisisioner untuk mengetahui minat memilih tempat persalinan pada pasien poliklinik Kebidanan dan Kandungan di RS Grha permata ibu.

##### **2. Pengukuran Validitas Kuisisioner**

Pengukuran Validitas Kuisisioner suatu test dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas adalah prosedur pengujian untuk melihat apakah alat ukur atau pertanyaan yang dipakai

dalam kuisisioner dapat mengukur dengan cermat apa yang hendak diukur. Dalam penelitian uji validitas akan dapat dipakai untuk memilah item- item pertanyaan yang relevan untuk dianalisis.

Uji validitas dilakukan dengan melihat korelasi antara skor dari masing-masing item pertanyaan dibandingkan skor total. Perhitungan dilakukan dengan rumus korelasi *Product Moment*. Setelah nilai  $r$  (koefisien korelasi ) diperoleh maka langkah selanjutnya adalah membandingkan antara hasil nilai  $r$  perhitungan dengan nilai kritis. Keputusan dengan melihat hasil perhitungan  $r$  hitung. Apabila  $r_{hit} > r_{tabel}$ , maka pertanyaan tersebut valid, sedangkan apabila  $r < r_{tabel}$ , maka pertanyaan tidak valid.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis butir (item) yaitu dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total per konstruk, dan total seluruh item.

##### **3. Pengukuran Reliabilitas Kuisisioner**

Reliabilitas adalah kestabilan alat ukur. Suatu alat ukur dapat dikatakan reliabel bila dapat memberikan hasil yang sama pada saat dipakai untuk mengukur ulang obyek yang sama. Uji reliabilitas adalah suatu cara untuk melihat apakah alat ukur dalam hal ini kuisisioner akan memberikan hasil yang sama apabila pengukuran dilakukan secara berulang-ulang. Pengukuran variabel hanya dilakukan sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan

pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Pengukuran reliabilitas menggunakan uji statistik Cronbach Alpha dengan menggunakan bantuan komputer. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$ . Uji realibilitas dengan menggunakan nilai alpha memberikan hasil sesuai tabel

#### 4.6 Pengolahan dan Analisis Data

##### 1. Pengolahan Data

Tahap-tahap pengolahan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Editing, koding, Entry Data, Tabulating.

##### 2. Analisis Data

###### a. Analisis Univariat

Analisis univariat menggunakan analisis persentase dari seluruh responden yang diambil dalam penelitian, dimana akan menggambarkan bagaimana komposisinya ditinjau

###### b. Analisis Bivariat

Analisis bivariat adalah analisis yang dilakukan untuk melihat hubungan dua variabel yaitu antara variabel bebas dan variabel terikat. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple linear Regresi

###### c. Analisis Multivariat

Analisis data dengan variabel lebih dari dua dan mencari pengaruh masing-masing variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat serta mencari manakah variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap variabel

terikat maka dilakukan uji analisis regresi logistik. Analisis regresi logistik merupakan analisis yang digunakan

## HASIL

### 5.1.1. Usia

Usia berpengaruh terhadap minat memilih tempat persalinan di RS Graha Permata Ibu. hal ini dapat dilihat nilai P value pada baris *Deviation from Linearity* memiliki nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Menurut Kotler dan Gary Armstrong (1996, *cit. Vina, 2015*) pola umur mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor umur sangat mempengaruhi permintaan konsumen terhadap pelayanan kesehatan preventif dan kuratif. Pada penelitian ini teori tersebut terbukti.

Usia responden penelitian ini menunjukkan bahwa lebih banyak pada usia reproduksi sehat (21- 35 tahun) sebesar 86%. Menurut penelitian Murniati, 2007 disebutkan terjadi peningkatan pemanfaatan pelayanan kesehatan *antenatal care* pada usia reproduksi sehat.

Dan pada penelitian ini juga terdapat pengaruh usia terhadap minat memilih tempat persalinan. Pada usia 21-35 tahun terjadi peningkatan pemanfaatan layanan *antenatalcara* dan layanan persalinan, dan pada usia tersebut termasuk kategori dewasa dini, dimana pada usia tersebut sudah memiliki

kemampuan mempelajari dan menyesuaikan diri sehingga mereka akan dengan mudah memutuskan untuk membeli suatu *product* atau layanan kesehatan berdasarkan dengan informasi dan pengalaman yang mereka dapatkan.

Dari serangkaian informasi yang di dapat pasien akan dapat menentukan apa yang akan dilakukan berikutnya apakah akan tetap menggunakan layanan tersebut atau mencari layanan lain. Pada usia 21-35 tahun pasien sudah memiliki kemampuan mempelajari dan menyesuaikan diri sehingga mereka akan dengan mudah memutuskan untuk membeli suatu *product* atau layanan kesehatan berdasarkan dengan informasi dan pengalaman yang mereka dapatkan. maka informasi dan pengalaman yang mereka dapatkan akan mempengaruhi minat memilih tempat persalinan.

### **5.1.2 Pendidikan**

Dari hasil persamaan regresi, pendidikan tidak berpengaruh terhadap minat memilih tempat persalinan di RS Graha Permata Ibu. hal ini dapat dilihat nilai P value pada baris *Deviation from Linearity* memiliki nilai sig sebesar  $0,317 > 0,05$ .

Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi analisis permintaan pelayanan kesehatan gigi dan menyimpulkan bahwa disamping faktor ekonomi, tingkat pendidikan seseorang merupakan variabel penting yang mempengaruhi permintaan pelayanan

seseorang merupakan variabel penting yang mempengaruhi permintaan pelayanan kesehatan gigi. Penelitian Herlina (2000) menunjukkan bahwa pendidikan mempunyai pengaruh terhadap pemanfaatan pelayanan dasar puskesmas. Pada penelitian ini teori tersebut tidak terbukti.

Pada penelitian ini responden dengan pendidikan perguruan tinggi sebanyak 81% dan non perguruan tinggi sebanyak 19 %. Pendidikan tidak mempengaruhi minat memilih tempat persalinan di RS GPI pada penelitian ini dapat disebabkan banyak pendidikan informal atau penyuluhan mengenai pentingnya kesehatan dan pemeriksaan kesehatan sehingga pasien dengan pendidikan perguruan tinggi dan non perguruan tinggi memiliki persepsi yang sama mengenai suatu layanan kesehatan.

### **5.1.3. Pekerjaan**

pekerjaan tidak berpengaruh terhadap minat tempat persalinan di RS Graha Permata Ibu . yang dapat dilihat nilai P value pada baris *Deviation from Linearity* memiliki nilai sig sebesar  $0,137 > 0,05$ .

Pada Penelitian ini terdapat pegawai swasta 53%, Ibu Rumah tangga 31%, PNS 8%, wiraswasta 6% dan guru 2%. Pekerjaan tidak ada pengaruhnya dengan memilih tempat persalinan dapat disebabkan Di RS GPI menyediakan kelas dalam rawat inap dan dapat disesuaikan dengan kelas sosial sesuai dengan pekerjaan pasien.

#### **5.1.4. Penghasilan**

Penghasilan tidak berpengaruh terhadap minat memilih tempat persalinan di RS Graha Permata Ibu . yang dapat dilihat nilai P value pada baris *Deviation from Linearity* memiliki nilai sig sebesar  $0,278 > 0,05$ .

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (1996, *cit. Vina, 2015*) penghasilan mempengaruhi keputusan pembelian . pada penelitian ini teori tersebut tidak terbukti.

Pada penelitian ini terdapat 79% responden dengan penghasilan diatas UMR atau lebih dari 3 juta Rupiah dan 21% kurang dari 3 juta Rupiah. Penghasilan tidak berpengaruh terhadap minat memilih tempat persalinan di RS Grha Permata ibu karena RS Grha permata ibu menyediakan kelas sesuai dengan kemampuan pasien sehingga dapat sesuai dengan penghasilan pasien.

## **5.2 Pembahasan Hasil Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Memilih Tempat Persalinan berdasarkan Persepsi Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Grha Permata Ibu Depok**

### **5.2.1. product**

Dari hasil persamaan regresi, produk berpengaruh terhadap minat memilih tempat persalinan di RS Graha Permata Ibu . yang dapat dilihat nilai P value pada baris *Deviation from Linearity* memiliki nilai sig sebesar  $0,03 < 0,05$ .

Menurut Rowland & Rowland (1984), Produk adalah jenis layanan yang diberikan, jenis layanan ini dapat berupa preventif, diagnostik, terapeutic dan lain lain. Dalam kaitannya dengan penelitian ini RS graha Permata ibu memiliki layanan yang cukup lengkap baik dalam pelayanan primer maupun pelayanan penunjang sehingga mempengaruhi minat pasien dalam memilih tempat persalinan.

### **5.2.2. Price ( harga)**

Dari hasil persamaan regresi, price tidak berpengaruh terhadap minat memilih tempat persalinan di RS Graha Permata Ibu . yang dapat dilihat nilai P value pada baris *Deviation from Linearity* memiliki nilai sig sebesar  $0,297 > 0,05$ .

Engle, Blackwell, Miniard (1995) Mengatakan bahwa harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga yang lebih tinggi akan menimbulkan kekhawatiran yang lebih besar mengenai resiko keuangan yang terlibat dalam pembelian, yang pada gilirannya menyebabkan pencarian yang lebih besar terhadap produk lain. Dalam penelitian ini teori tidak terbukti bahwa harga mempengaruhi minat pasien dalam memilih tempat persalinan. Hali ini disebabkan RS Grha Permata Ibu memiliki berbagai kelas layanan sesuai dengan kemampuan sehingga pelanggan dapat memilih layanan sesuai dengan kemampuan.

### **5.2.3. Place (tempat)**

Dari hasil persamaan regresi, place berpengaruh terhadap minat memilih tempat persalinan di RS



Graha Permata Ibu . yang dapat dilihat nilai P value pada baris *Deviation from Linearity* memiliki nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ .

Tempat ini meliputi lokasi yang mudah dijangkau, kemudahan akses atau transportasi dan area parkir.

Engle, Blackwell, Miniard (1995) Mengatakan bahwa ada beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen mengenai lokasi, komponen tersebut mencakup beberapa hal diantaranya lokasi yang mudah dijangkau, lokasi yang mudah dilalui transportasi umum, dan rasio parkir. Dalam penelitian ini teori ini terbukti bahwa lokasi mempengaruhi minat pasien dalam memilih tempat persalinan.

Dari komponen bauran pemasaran Place adalah komponen yang paling berpengaruh terhadap minat memilih tempat persalinan dapat dilihat dari nilai coefisien Beta 0,379. Oleh sebab itu rumah sakit harus memperhatikan lokasi dan akses menuju lokasi.

#### **5.2.4. Promotion**

Dari hasil persamaan regresi, promotion berpengaruh terhadap minat memilih tempat persalinan di RS Graha Permata Ibu . yang dapat dilihat nilai P value pada baris *Deviation from Linearity* memiliki nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ .

Promosi merupakan komunikasi antar Rumah sakit dengan pasien atau masyarakat agar masyarakat mengetahui program dan layanan yang tersedia di rumah sakit tersebut. Media promosi dapat berupa brosur, mading, dokter

atau petugas medis yang memberikan informasi kepada masyarakat atau pasien dan lain lain. Cara promosi juga dapat berupa penyuluhan, seminar awam dan lain lain.

Engle, Blackwell, Miniard (1995) psomosi mempengaruhi konsumen dalam pembelian suatu *procu*ct.

#### **5.2.5. People.**

Dari hasil persamaan regresi, *people* berpengaruh terhadap minat memilih tempat persalinan di RS Graha Permata Ibu . yang dapat dilihat nilai P value pada baris *Deviation from Linearity* memiliki nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ .

People adalah penilaian pasien terhadap kemampuan dan kompetensi SDM dalam memberikan pelayanan meliputi penampilan fisik, pengetahuan, sikap, keterampilan dan kecepatan dalam memberikan pelayanan ( respon).

Engle, Blackwell, Miniard (1995), menyatakan bahwa potensi untuk mempengaruhi konsumen dalam pembelian dapat dipengaruhi secara kuat oleh staf gasis depan tempat penjualan misalnya dengan perhatian yang penuh, keramahan dan keahlian. Keputusan tentang pemilihan tempat salah satunya adalah personel penjualan.

Dalam penelitian ini Engle, Blackwell, Miniard (1995) terbukti bahwa *people* berpengaruh terhadap minat pasien memilih tempat persalinan.

#### **5.2.6. Process.**

Dari hasil persamaan regresi, *process* berpengaruh terhadap minat memilih tempat persalinan di RS Graha Permata Ibu . yang dapat dilihat nilai P value pada baris *Deviation from Linearity* memiliki nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ .

Process meliputi prosedur, mekanisme rutin, dan kecepatan pelayanan .

#### **5.2.7. Physical Evidence**

Dari hasil persamaan regresi, Physical Evidence berpengaruh terhadap minat memilih tempat persalinan di RS Graha Permata Ibu . yang dapat dilihat nilai P value pada baris *Deviation from Linearity* memiliki nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ .

Physical evidence adalah karakteristik yang menjadi persyaratan yang bernilai tambah bagi konsumen dan dapat mempengaruhi mood konsumen. Yang meliputi lighting sistem, tata ruang, suara dan aroma.

Engle, Blackwell, Miniard (1995), menyatakan bahwa atribut fisik tempat penjualan merupakan faktor penting dalam menentukan citra dan pilihan tempat penjualan, kompetisi yang hebat antara berbagai tempat penjualan menyebabkan tempat penjualan membuang format kuno menjadi lingkungan yang penuh warna,nyaman dan dirancang dengan baik. Dalam penelitian ini teori tersebut terbukti.

#### **5.3. Bauran pemasaran ( *product, price, place, people, process, promotion dan physical evidence*)**

Terdapat pengaruh yang signifikan bauran pemasaran atas minat memilih tempat

persalinan di RS Graha Permata Ibu. . yang dapat dilihat nilai P value pada baris *Deviation from Linearity* memiliki nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ .

Menurut teori Engle, Blackwell, Miniard (1995), menyatakan bahwa bauran pemasaran mempengaruhi keputusan pembelian suatu barang atau layanan jasa. Bauran pemasaran tersebut mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap suatu product atau layanan jasa. Dalam penelitian ini teori tersebut terbukti, terdapat pengaruh antara bauran pemasaran terhadap minat memilih tempat persalinan di Rumah Sakit Grha Permata Ibu.

Pada penelitian sebelumnya sofana (2010) didapatkan ada hubungan antara akses dan *People* ( pelayan kesehatan/ dokter, perawat dan bidan) terhadap keputusan memilih tempat persalinan.

Dari komponen bauran pemasaran Place adalah komponen yang paling berpengaruh terhadap minat memilih tempat persalinan dapat dilihat dari nilai coefisien Beta 0,379. Oleh sebab itu rumah sakit harus memperhatikan lokasi dan akses menuju lokasi. Dapat dipertimbangkan adanya petugas yang mengatur jalan di depan pintu masuk dan keluar RS Grha Permata Ibu, mentertibkan kendaraan umum yang berhenti didepan pintu masuk dan keluar RS Grha Permatalbu agar tidak terjadi kepadatan dan kemacetan jalan di depan RS Grha Permata Ibu dan mempermudah pasien dalam mencapai RS.

Ambulan bersalin untuk menjemput dan mengantar ibu bersalin sebaiknya disediakan untuk pasien yang akan bersalin, untuk mempermudah pasien yang bertempat tinggal cukup jauh dari RS Grha Permata Ibu.

*Physical evidence* juga merupakan elemen yang mempengaruhi minat memilih tempat persalinan. Ruang tunggu poliklinik yang menjadi satu membuat suasana kurang nyaman dan cukup bising, selain itu Pemeriksaan kehamilan atau *antenatal care (ANC)* juga merupakan suatu layanan yang dilakukan pada ibu hamil yang dalam keadaan sehat dalam artian kehamilan merupakan keadaan fisiologis dan bukan suatu penyakit, untuk itu sebaiknya ruang tunggu pasien ANC tidak menjadi satu dengan ruang tunggu poliklinik dengan pasien yang terinfeksi penyakit, hal ini juga mempengaruhi kenyamanan pasien ibu hamil. Dalam hal ini sebaiknya disediakan ruang tunggu tersendiri untuk pasien poliklinik kebidanan atau dapat dibuat poliklinik kebidanan eksekutif untuk pasien ibu hamil yang mengutamakan kenyamanan. Selain itu kebersihan juga perlu diperhatikan terutama di toilet.

## SIMPULAN

1. Gambaran karakteristik individu pasien kebidanan yang memiliki minat bersalin di Rumah Sakit Grha Permata Ibu adalah : usia

antara 21-35 tahun, pendidikan perguruan tinggi, penghasilan diatas UMR kota Depok (> Rp 3.000.000), pekerjaan pegawai swasta dan ibu rumah tangga.

2. Ada Pengaruh usia terhadap minat memilih tempat persalinan di Rumah Sakit Grha Permata Ibu.
3. Tidak ada pengaruh pendidikan, penghasilan, dan pekerjaan terhadap minat memilih tempat persalinan di Rumah Sakit Grha Permata Ibu.
4. Ada Pengaruh Bauran Pemasaran meliputi *Product, Price, Place, Promotion, People, Process dan physical evidence* terhadap minat memilih tempat persalinan di Rumah Sakit Grha Permata Ibu
5. Bauran pemasaran merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap minat memilih tempat persalinan di Rumah Sakit Grha Permata Ibu. Dari komponen bauran pemasaran *place* merupakan komponen yang paling berpengaruh.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Graha ilmu : Yogyakarta.
2. Keller, Kevin Lane. (1998). *Strategic Brand Management, Building, Measuring,*

- and Managing Brand Equity*. New Jersey : Prentice Hall.
3. Lupiyoadi, Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
  4. Mahdani, (2009). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Kunjungan Ulang Pasien Rawat Jalan Pada Rumah Sakit Umum Daerah Sigli*. Tesis. Program Studi S2 Ilmu Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara. Medan.
  5. Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction : A Behavioral Perspective On The Consumer*. New York: McGraw Hill Companies, Inc.
  6. Parasuraman, Valerie, Zeithaml, Leonard. (1998) *A Multiple Item Scale for Measuring Customer Perception on Future Research*. *Journal of Marketing*. 49 (1).
  7. Shimp, Terence A. (2010). *Advertising, Promotion, and Other Aspect of Intergrated Marketing Communications*. Edisi-8. South-Western Cengage Learning, USA.
  8. Subihaini. (2001). Analisis Konsekuensi Kualitas Layanan pada Perilaku Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Strategi*. Tahun VI, h.99-115
  9. Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
  10. Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
  11. Tjiptono, Fandy. (2005). *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.
  12. Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
  13. Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. (2007). *Service, Quality and Satisfaction—edisi kedua*. Yogyakarta : CV Andi.
  14. Umar, Husein. (2003). *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, Edisi revisi. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
  15. Xian, Gou Li, dkk. (2011). *Corporate, Product and User Image Dimensions and Purchase Intentions*. *Journal of Computers*, (6)9: 1875-1879.