

# **THEORY OF PLANNED BEHAVIOR: APLIKASI PADA KONSUMEN RUMAH SAKIT**

**Siti Dyah Handayani  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

## **ABSTRAKSI**

*Theory of planned behavior* dikemukakan oleh Ajzen (1987, 1988) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi seseorang memilih atau tidak memilih suatu produk yaitu *attitude toward behavior*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control*. Penelitian ini menerapkan *theory of planned behavior* pada konsumen Rumah Sakit (RS) PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Tujuan penelitian ini, *pertama*, mengidentifikasi sikap konsumen pada RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta, *kedua*, mengidentifikasi norma subyektif konsumen dan referen yang paling berperan, *ketiga*, mengidentifikasi pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku terhadap minat konsumen secara simultan dan parsial, *keempat*, mengidentifikasi variabel yang paling berpengaruh terhadap minat konsumen dalam memilih layanan rumah sakit.

Subyek penelitian adalah konsumen yang pernah atau sedang mendapatkan layanan di RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Tehnik pengambilan sampel menggunakan *purposive convenience sampling* dan sampel sebanyak 100 responden (*response rate* = 83,33%). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap konsumen pada RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta masuk dalam katagori sedang, prosentase skor sikap sebesar 54,8375% tidak jauh dari angka 50%. Skor sikap tertinggi pada layanan dokter dan skor sikap terendah pada tarip layanan. Norma subyektif konsumen masuk dalam katagori sedang, prosentase skor sebesar 50,666%. Referen yang paling berperan adalah keluarga. Ketiga variabel yaitu sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku pengaruh positif terhadap minat memilih layanan rumah sakit, baik secara simultan maupun parsial. Norma subyektif merupakan variabel yang paling mempengaruhi minat konsumen memilih layanan rumah sakit.

Kata kunci: *Theory of planned behavior*, sikap konsumen, norma subyektif, kontrol perilaku, minat konsumen.

## **Pendahuluan**

Kemajuan tehnologi dan proses globalisasi memicu perubahan pada segala bidang termasuk pada bidang kesehatan khususnya rumah sakit sebagai penyedia layanan kesehatan. Kecenderungan semakin besarnya kepedulian masyarakat akan kesehatan, serta dukungan pemerintah terhadap kesehatan masyarakatnya memicu perkembangan yang cepat pada bidang ini. Hampir di semua daerah di Indonesia bermunculan rumah sakit baru, rumah sakit lamapun tidak ketinggalan dengan memperbesar sarana fisik dan layanannya. Persaingan pada bidang ini semakin semarak. Kondisi tersebut menjadi peluang sekaligus tantangan bagi manajemen rumah sakit untuk terus menerus membenahi strateginya. Riset tentang perilaku konsumen dapat memberikan informasi

penting pada pihak manajemen rumah sakit. Informasi mengenai perilaku konsumen rumah sakit, proses mereka memilih layanan dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku mereka dapat membantu mewujudkan *good planning* dan *good strategy*.

Riset di Indonesia tentang perilaku konsumen rumah sakit telah banyak dilakukan, tetapi masih jarang penelitian yang menerapkan *theory of planned behavior* pada konsumen rumah sakit. Dikatakan oleh teori ini bahwa faktor yang mempengaruhi seseorang memilih atau tidak memilih suatu produk (termasuk layanan rumah sakit) dikemukakan oleh Ajzen (1987,1988) yaitu *attitude toward behavior*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control*. Studi ini menerapkan *theory of planned behavior* pada konsumen rumah sakit untuk menganalisis seberapa besar ketiga faktor tersebut mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih layanan rumah sakit, serta menganalisis faktor yang paling mempengaruhi keputusan tersebut. Temuan ini dapat membantu manajemen rumah sakit dalam menyusun perencanaan khususnya *marketing planning* dan *marketing strategy*.

### **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sikap konsumen pada rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta berdasarkan keyakinan dan evaluasi konsumen terhadap rumah sakit ini?
2. Bagaimana norma subyektif konsumen pada rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta, dan siapa referen yang paling berperan dalam norma subyektif tersebut?
3. Bagaimana pengaruh sikap terhadap perilaku, norma subyektif dan kontrol perilaku terhadap minat konsumen memilih layanan rumah sakit?

### **Tinjauan Pustaka**

Sikap dan perilaku merupakan topik yang selalu hangat di bidang pemasaran. Definisi dari sikap menurut Allport (1935) dalam Basu S (1997), definisi ini masih banyak dipakai karena sifatnya masih komprehensif, sikap merupakan suasana mental dan naural tentang kesiapan, diorganisir melalui pengalaman, menggunakan pengaruh yang terarah dan dinamis terhadap tanggapan individu pada semua obyek dan situasi yang terkait. Sedangkan perilaku oleh Martin dan Pear (1996) dalam Basu S (1997) diartikan sebagai segala sesuatu yang dikatakan atau dilakukan oleh seseorang seperti memakai baju atau mengedipkan mata. Sikap dapat dilihat secara komprehensif sebagai evaluasi terhadap perilaku (Engel, Blackwell, and Miniard, 1995). Aspek kunci dalam sikap adalah kepercayaan, sedangkan kepercayaan dapat menjadi kontrol bagi perilaku seseorang. Minat berhubungan erat dengan sikap dan perilaku. Minat merupakan salah satu yang memotivasi seseorang untuk berperilaku, sedangkan sikap seseorang menjadi salah satu faktor yang menentukan orang berminat atau tidak berminat.

Beberapa teori tentang sikap, minat dan perilaku telah dilakukan telaah oleh Ajzen dan Fishbein melalui beberapa tahapan. Teori tersebut pada mulanya dikemukakan oleh Fishbein (1975) yang mengemukakan teori tentang sikap terhadap obyek (*the attitude toward object model*). Sikap (A) terhadap obyek (o) merupakan kombinasi dari keyakinan (b) seseorang terhadap atribut (i) dan evaluasi (e) terhadap atribut (i). Model tersebut ditulis dalam formulasi:

$$A_o = \sum b_i \cdot x e_i$$

Selanjutnya model ini dikembangkan berdasarkan temuan bahwa sikap berpengaruh terhadap perilaku. Model sikap berperilaku (*attitude toward behavior model*) ditulis dalam formulasi:

$$A_b = \sum b_i \cdot x e_i$$

Sikap berperilaku ( $A_b$ ) merupakan kombinasi dari keyakinan bahwa suatu perilaku akan berakibat i ( $b_i$ ) dan evaluasi terhadap akibat i yang telah diperkirakan ( $e_i$ ).

Teori Fishbein dikaji secara terus menerus untuk menemukan variabel lain yang mempengaruhi minat berperilaku, yang pada akhirnya mempengaruhi perilaku seseorang. Penyempurnaan dari teori ini dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) dalam *theory of reasoned action*. Menurut teori ini minat berperilaku dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif (SN). Norma subyektif adalah keyakinan normatif tentang referen ( $Nbj$ ) dan motivasi untuk menuruti referen tersebut ( $Mcj$ ). Secara matematis norma subyektif dirumuskan sebagai berikut:

$$SN = \sum Nbj \cdot x Mcj$$

Minat seseorang berperilaku tidak hanya ditentukan oleh sikapnya sendiri tetapi dipengaruhi pula oleh orang lain (kelompok referensi). Teori ini diyakini dapat memprediksi, menjelaskan dan mempengaruhi perilaku konsumen.

Model matematis dari *theory of reasoned action* adalah:

$$B \sim BI = w_1(A_b) + w_2(SN)$$

dimana: B = perilaku  
 BI = minat berperilaku  
 $w_1$  = bobot empiris pada  $A_b$   
 $A_b$  = sikap terhadap perilaku B  
 $w_2$  = bobot empiris pada SN  
 SN = Norma subyektif

*Theory of planned behavior* merupakan penyempurnaan dari *theory of reasoned action*. Dalam teori ini ditambahkan variabel lain yang mempengaruhi

minat berperilaku yaitu *perceived behavioral control* (Ajzen 1987,1988). *Perceived behavioral control* merupakan keadaan yang memudahkan atau menyulitkan seseorang untuk melakukan sesuatu. Variabel ini merupakan variabel yang tidak dapat diantisipasi, merupakan kombinasi dari *control belief* (Pj) dan *access to the control factor* (Cj).

Sehingga dalam *theory of planned behavior* dikemukakan bahwa konsumen akan melakukan suatu tindakan dalam kondisi, diantaranya:

- a. Konsumen memiliki sikap yang positif dan menyukai tindakan tersebut.
- b. Norma sosial menyatakan baik untuk melakukan tindakan tersebut, dan
- c. Angka kontrol perilaku cukup tinggi.

Penerapan *theory of planned behavior* dilakukan dalam beberapa kasus. Diantaranya aplikasi teori ini oleh Ajzen and Daigle (2001) memprediksi minat dan perilaku berburu yang merupakan salah satu kegemaran rekreasi *outdoor*. Dengan menggunakan responden 395 orang dan analisis regresi, penelitian ini mendapatkan temuan bahwa minat berburu sangat dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku. Ketiga variabel tersebut juga terbukti berkorelasi secara erat dengan minat berperilaku. Hasil temuan ini mendukung *theory of planned behavior*.

Penelitian lain yaitu *theory of planned behavior* aplikasi pada konsumen jasa transportasi oleh Basu S dan Umi K (1999). Penelitian dikhususkan pada konsumen kereta api kelas eksekutif Argo Lawu jurusan Solo-Jakarta. Dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden, penelitian ini mendeskripsikan profil responden, mengidentifikasi atribut yang digunakan konsumen dalam menilai dan mengevaluasi jasa transportasi kereta api, dan menganalisis pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku terhadap minat konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api. Dengan menggunakan analisis regresi berganda penelitian ini menemukan bahwa secara parsial variabel sikap terhadap perilaku, norma subyektif dan kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat konsumen memilih jasa transportasi kereta api argolawu, dan secara berturut turut tingkat signifikansi uji t adalah 0,005, 0,002 dan 0,004. Dari hasil uji F diperoleh kesimpulan bahwa secara sangat signifikan ( $\text{sig}=0,000$ ) tiga variabel yaitu sikap terhadap perilaku, norma subyektif dan kontrol perilaku secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat konsumen memilih jasa transportasi kereta api argo lawu. Hasil analisis korelasi diketahui besarnya  $R^2$  adalah 0,294 ini mengindikasikan 29, 4% minat dijelaskan oleh tiga variabel yang diteliti. Dan rendahnya korelasi tersebut mengindikasikan bahwa ada variabel lain di luar sikap terhadap perilaku, norma subyektif dan kontrol perilaku yang juga mempengaruhi minat konsumen memilih jasa transportasi kereta api argo lawu. Variabel tersebut diperkirakan adalah kondisi krisis ekonomi di Indonesia.

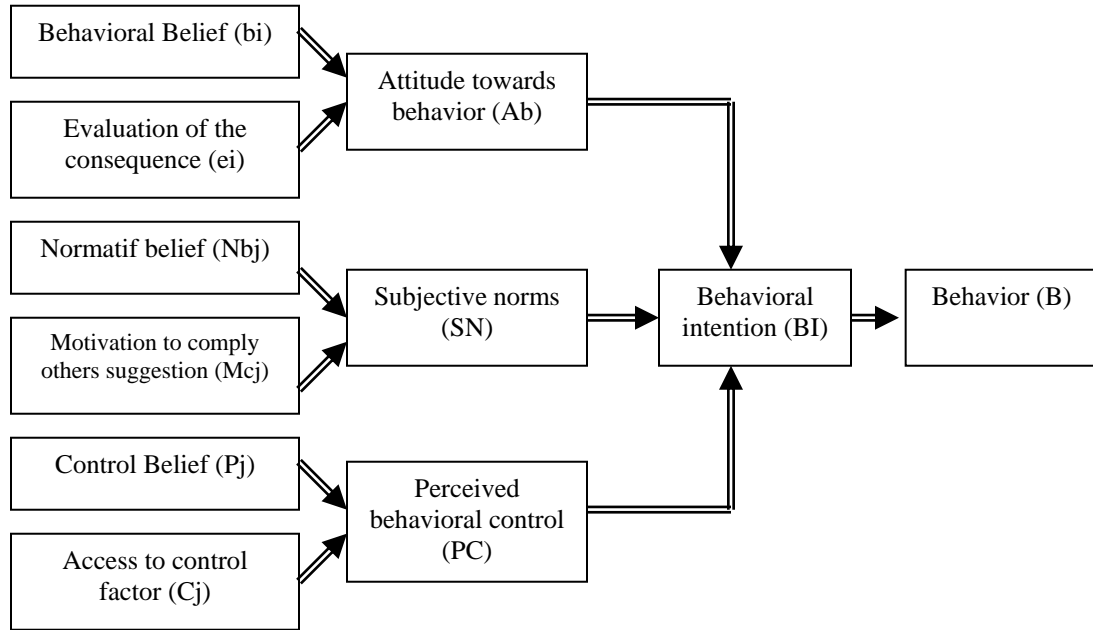
### **Hipotesis**

Hipotesis penelitian dikembangkan dari *theory of planned behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (1987,1988). Adapun hipotesis tersebut sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Secara simultan sikap terhadap perilaku, norma subyektif dan kontrol perilaku berpengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen memilih layanan rumah sakit.

- H<sub>2</sub>: Secara parsial sikap terhadap perilaku berpengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen memilih layanan rumah sakit.
- H<sub>3</sub>: Secara parsial norma subyektif berpengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen memilih layanan rumah sakit.
- H<sub>4</sub>: Secara parsial kontrol perilaku berpengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen memilih layanan rumah sakit.

### Model Penelitian



**Gambar 1**

Sumber : Basu Swastha D (1998) **Teori *planned behavior***

### Metode Penelitian

Obyek penelitian ini adalah jasa layanan rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Subyek penelitian adalah konsumen yang pernah atau sedang mendapatkan layanan di rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Tehnik pengambilan sampel dalam penelitian ini *purposive convenience sampling*. Sampel dipilih berdasarkan kriteria usia minimal 17 tahun, sedang mendapatkan layanan atau pernah mendapatkan layanan rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta tidak lebih dari 2 tahun terakhir. Sampel diambil berdasarkan kemudahan dan kedekatan, dan kuesioner didistribusikan di rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan lokasi lainnya. Target sampel dalam penelitian ini adalah 100 (seratus) responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner.

Item-item yang digunakan dalam penelitian untuk mendefinisikan variabel sikap terhadap perilaku, norma subyektif, kontrol perilaku dan minat konsumen dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

1. Sikap terhadap perilaku

Item-item dalam sikap terhadap perilaku diturunkan dalam 10 faktor yang dipentingkan oleh konsumen memilih layanan rumah sakit. 10 faktor tersebut diperoleh dari survey pendahuluan. 10 item dikembangkan dalam pertanyaan mengenai kepercayaan dan evaluasi. 10 faktor yang diidentifikasi tersebut adalah:

- a. Pelayanan dokter handal (profesional).
- b. Pelayanan perawat handal (profesional).
- c. Kecepatan menangani keluhan pasien.
- d. Keramahan terhadap pasien.
- e. Peralatan medis yang lengkap.
- f. Keyakinan akan kesembuhan.
- g. Tarif pelayanan yang murah.
- h. Ruang pelayanan/perawatan yang nyaman.
- i. Pelayanan administrasi.
- j. Tersedia apotik.

2. Norma subyektif (SN)

Norma subyektif diturunkan dari sejumlah orang yang diidentifikasi mempengaruhi seseorang dalam membuat keputusan dalam memilih layanan, diantaranya:

- a. Keluarga
- b. Teman
- c. Dokter

3. Kontrol perilaku

Kontrol perilaku merupakan faktor lain yang mempengaruhi minat berperilaku yang tidak diantisipasi namun memiliki pengaruh yang kuat. Dalam model ini kontrol perilaku yang digunakan:

- a. Kondisi keuangan konsumen.
- b. Kemudahan transportasi menuju lokasi rumah sakit.

4. Minat Konsumen

Variabel minat konsumen diturunkan dalam item tentang:

- a. Sebagai pilihan utama bila memerlukan layanan rumah sakit.
- b. Lebih menyukai layanan rumah sakit ini dibandingkan rumah sakit yang lain.

Butir-butir jawaban dalam kuesioner diberi bobot menggunakan skala likert 1-5. Seluruh pertanyaan yang diajukan adalah *positif statement*, jawaban “sangat setuju” diberi skor 5, jawaban “setuju” diberi skor 4, jawaban “netral” diberi skor 3, jawaban “tidak setuju” diberi skor 2 dan jawaban “sangat tidak setuju” diberi skor 1.

## Hasil Uji Kualitas Instrumen

Agar data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner valid dan reliabel, maka dilakukan uji coba instrumen, dan hasilnya sebagai berikut:

1. Uji Validitas, adalah pengujian dengan tujuan menguji ketepatan dalam penggunaan alat ukur penelitian. Pengujian ini untuk melihat korelasi antar skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor faktor dengan teknik korelasi *product moment* dari Pearson. Dan butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai korelasi  $> 0,300$ . Dan dikatakan tidak valid jika nilai korelasinya  $\leq 0,300$ . Hasil pengujian validitas tersebut terlihat pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir ke	Korelasi	Signifikansi	Keterangan
Kepercayaan	1	0,692	0,000	Valid
	2	0,757	0,000	Valid
	3	0,686	0,000	Valid
	4	0,747	0,000	Valid
	5	0,735	0,000	Valid
	6	0,428	0,018	Valid
	7	0,340	0,066	Valid
	8	0,652	0,000	Valid
	9	0,609	0,000	Valid
	10	0,674	0,000	Valid
Evaluasi	1	0,583	0,001	Valid
	2	0,777	0,000	Valid
	3	0,630	0,000	Valid
	4	0,783	0,000	Valid
	5	0,675	0,000	Valid
	6	0,486	0,006	Valid
	7	0,357	0,053	Valid
	8	0,654	0,000	Valid
	9	0,630	0,000	Valid
	10	0,645	0,000	Valid
Keyakinan Normatif	1	0,922	0,000	Valid
	2	0,957	0,000	Valid
	3	0,934	0,000	Valid
Keinginan Menuruti Referen	1	0,940	0,000	Valid
	2	0,939	0,000	Valid
	3	0,912	0,000	Valid
Kontrol Perilaku	1	0,890	0,000	Valid
	2	0,809	0,000	Valid
Minat Konsumen	1	0,962	0,000	Valid
	2	0,961	0,000	Valid

Dari hasil pengujian tersebut terlihat pada semua butir pertanyaan dan pada semua variabel dalam katagori valid sehingga kuesioner penelitian ini layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Uji Reliabilitas, merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana stabilitas dan konsistensi dari alat ukur yang digunakan sehingga mendapatkan hasil yang relatif stabil jika pengukuran tersebut diulangi. Teknik yang digunakan dengan koefisien *Alpha Cronbach*, dan dikatakan reliabel bila *Alpha Cronbach*  $\geq 0,60$  (Nunnally, 1994 dalam Indah F, 2004). Adapun hasil pengujian reliabilitas dari 6 variabel dalam penelitian sebagai berikut:

Tabel 2  
Hasil Uji Reliabilitas  
Variabel Penelitian

No	Variabel	Jumlah butir	Koefisien alpha	Keterangan
1	Kepercayaan Jasa Layanan	10	0,7562	Reliabel
2	Evaluasi Jasa Layanan	10	0,7551	Reliabel
3	Keyakinan Normatif	3	0,8728	Reliabel
4	Keinginan Menuruti Referen	3	0,8716	Reliabel
5	Kontrol Perilaku	2	0,8642	Reliabel
6	Minat Konsumen	2	0,9224	Reliabel

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa seluruh variabel penelitian reliabel dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

### Hasil Analisis Data dan Uji Hipotesis

#### Analisis Sikap Konsumen Terhadap Layanan Rumah Sakit PKU MUhammadiyah Yogyakarta

Analisis sikap konsumen dalam penelitian ini menggunakan 10 atribut. Perhitungan skor sikap dengan cara mengalikan keyakinan responden dan evaluasi responden dari masing-masing atribut. Hasil perhitungan skor sikap pada masing-masing atribut sebagai berikut:

Tabel 3  
Ranking Skor Sikap 10 Atribut

Ranking	Atribut	Skor
I	Layanan Dokter	1.516
II	Ketersediaan Apotik	1.491
III	Peralatan Medis	1.428
IV	Keyakinan Akan Kesembuhan	1.374
V	Layanan Perawat	1.334
VI	Keramahan Personil	1.304
VII	Layanan Administrasi	1.285
VIII	Kecepatan dalam menangani keluhan pasien	1.282
IX	Ruang Layanan dan Perawatan	1.215



X	Tarip Layanan	932
Total		13.161

Hasil penjumlahan skor sikap dari seluruh responden sebesar  $Ab = 13.161$  seperti terlihat pada tabel 3 di atas. Untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap layanan di PKU Muhammadiyah Yogyakarta adalah dengan membandingkan total skor hasil penelitian dengan skor minimal dan skor maksimalnya.

$$\text{Skor minimal} = (1 \times 1 \times 10 \text{ atribut} \times 100 \text{ responden}) = 1.000$$

$$\text{Skor maksimal} = (5 \times 5 \times 10 \text{ atribut} \times 100 \text{ responden}) = 25.000$$

Maka skor sikap hasil penelitian dalam prosentase sebesar =

$$13.161 : (25.000 - 1.000) \times 100\% = 54,8375 \%$$

Angka tersebut menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap layanan di rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta dalam katagori biasa. Hal ini diperlihatkan dari prosentase yang mendekati angka 50 %.

### Analisis Norma Subyektif Konsumen

Norma subyektif adalah keyakinan normatif tentang referen (Nbj) dan motivasi untuk menuruti referen tersebut (Mcj). Norma subyektif diturunkan dari sejumlah orang yang diidentifikasi mempengaruhi seseorang dalam membuat keputusan dalam memilih layanan, diantaranya: keluarga, teman, dokter. Hasil perhitungan skor norma subyektif terlihat pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4  
Ranking Skor Norma Subyektif

Ranking	Referen	Skor
I	Keluarga	1.254
II	Dokter	1.233
III	Teman	1.161
Total		3.648

Dari data tersebut terlihat bahwa yang paling mempengaruhi seorang konsumen untuk memilih layanan rumah sakit adalah keluarga. Total norma subyektif sebesar 3.648 akan dibandingkan dengan skor minimal dan skor maksimal yaitu:

$$\text{Skor minimal} = (1 \times 1 \times 3 \text{ referen} \times 100 \text{ responden}) = 300.$$

$$\text{Skor maksimal} = (5 \times 5 \times 3 \text{ referen} \times 100 \text{ responden}) = 7500.$$

Sehingga prosentase skor norma subyektif konsumen sebesar

$$3.648 : (7500 - 300) \times 100\% = 50,666 \%$$

Dari perhitungan di atas terlihat bahwa norma subyektif konsumen yang dipengaruhi oleh 3 referen yaitu keluarga, teman dan dokter dalam katagori biasa (tidak terlalu tinggi) karena mendekati angka 50 %. Hal ini menunjukkan bahwa faktor lain termasuk faktor pribadi juga menentukan pemilihan seseorang terhadap layanan rumah sakit.

### Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda ini untuk menganalisis pengaruh sikap terhadap perilaku, norma subyektif dan kontrol perilaku terhadap minat konsumen memilih layanan rumah sakit. Hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 5  
Hasil Analisis Regresi Berganda dan Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.745	.492		3.548	.001
	sikap konsumen	1.286E-02	.004	.320	3.633	.000
	norma subyektif	5.090E-02	.009	.468	5.375	.000
	total kontrol perilaku	.187	.076	.160	2.442	.016

a. Dependent Variable: total minat berperilaku

Dari persamaan tersebut terdapat konstanta, artinya selain tiga variabel yang diteliti yaitu sikap konsumen, norma subyektif dan kontrol perilaku masih ada faktor lain yang mempengaruhi minat seseorang dalam memilih layanan rumah sakit.

Untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel yang diteliti terhadap minat konsumen dapat dituliskan persamaan regresi untuk *standardized coefficient* sebagai berikut:

$$Y = 0,320 X_1 + 0,468 X_2 + 0,160 X_3$$

Dari ketiga koefisien maka yang paling besar pengaruhnya terhadap minat konsumen adalah norma subyektif ( $X_2$ ), kemudian sikap konsumen ( $X_1$ ) dan terakhir kontrol perilaku ( $X_3$ ). Dan ketiga variabel yang diteliti semuanya menunjukkan pengaruh yang positif terhadap minat konsumen. Artinya bila sikap konsumen meningkat maka akan meningkatkan pula minat konsumen dalam memilih layanan rumah sakit, demikian pula halnya dengan norma subyektif dan kontrol perilaku.

### Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F / *Analysis of Variance* / ANOVA)

Uji F ini digunakan untuk menguji hipotesis pertama penelitian yang menyatakan bahwa sikap konsumen, norma subyektif dan kontrol perilaku berpengaruh secara simultan terhadap minat konsumen memilih layanan rumah sakit. Hasil pengujian tersebut terlihat pada tabel 6 berikut ini:

Tabel 6  
Hasil Uji F (ANOVA)

## ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	255.871	3	85.290	69.202	.000 <sup>a</sup>
	Residual	118.319	96	1.232		
	Total	374.190	99			

a. Predictors: (Constant), kontrol perilaku, norma subyektif, sikap konsumen

b. Dependent Variable: minat berperilaku

Dari hasil pengujian tersebut terlihat tingkat signifikansi pengujian sebesar 0,000 artinya ketiga variabel yang diteliti yaitu sikap konsumen, norma subyektif dan kontrol perilaku berpengaruh secara simultan terhadap minat konsumen memilih layanan rumah sakit. Sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini dapat diterima.

### Hasil Uji Pengaruh parsial (Uji t)

Uji t ini digunakan untuk menguji hipotesis kedua sampai dengan hipotesis keempat yang menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku, norma subyektif dan kontrol perilaku berpengaruh secara parsial terhadap minat konsumen memilih layanan rumah sakit. Hasil pengujian dapat dilihat dalam tabel 5 dan dapat diartikan bahwa:

1. Secara parsial sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat memilih layanan rumah sakit, hal ini diperlihatkan dari signifikansi pengujian sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Sehingga hipotesis kedua penelitian ini dapat diterima.
2. Secara parsial norma subyektif berpengaruh signifikan terhadap minat memilih layanan rumah sakit, hal ini diperlihatkan dari signifikansi pengujian sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Sehingga hipotesis ketiga penelitian ini dapat diterima.
3. Secara parsial kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat memilih layanan rumah sakit, hal ini diperlihatkan dari signifikansi pengujian sebesar 0,016 (lebih kecil dari 0,05). Sehingga hipotesis keempat penelitian ini dapat diterima.

### Analisis Koefisien Determinasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar/kuat kemampuan ketiga variabel independen secara bersama-sama yaitu sikap terhadap perilaku, norma subyektif dan kontrol perilaku menjelaskan variabel dependennya yaitu minat memilih layanan rumah sakit. Dari hasil analisis terlihat angka *Adjusted R Square* sebesar 0,674. Angka tersebut dapat diartikan bahwa secara bersama-sama sikap konsumen, norma subyektif dan kontrol perilaku mampu menjelaskan minat konsumen dalam memilih layanan rumah sakit sebesar 67,4 %. Adapun sisanya yaitu 32,6 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian. Melihat angka *Adjusted R Square* tersebut maka ketiga variabel independen yang diteliti cukup mampu menjadi penjelas bagi minat konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung temuan dari Ajzen (1987,1988) dalam *Theory of Planned Behavior*. Teori tersebut mengatakan bahwa ada tiga faktor yang berpengaruh terhadap minat seseorang yaitu sikap konsumen, norma subyektif dan kontrol perilaku. Dalam aplikasi teori ini ke dalam layanan rumah sakit memberikan hasil yang sama.

### **Kesimpulan, Saran dan Keterbatasan Penelitian**

Dari hasil analisis data pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sikap konsumen pada rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta masuk dalam kategori biasa, terlihat dari prosentase skor sikap sebesar 54,8375 % tidak jauh dari angka 50 %. Skor sikap tertinggi pada layanan dokter dan skor sikap terendah pada tarif layanan.
2. Norma subyektif konsumen dengan tiga referen yang diteliti yaitu keluarga, teman dan dokter, menunjukkan prosentase skor yang juga dalam kategori biasa yaitu 50,666 %. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh tiga referen tersebut tidak mendominasi keputusan seseorang memilih layanan rumah sakit. Dari tiga referen yang paling berperan adalah keluarga.
3. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan pengaruh positif dari ketiga variabel tersebut terhadap minat memilih layanan rumah sakit. Secara simultan ketiga variabel berpengaruh secara signifikan terhadap minat. Hal ini terlihat dari signifikansi uji F sebesar 0,000. Dan secara parsial ketiga variabel yaitu sikap konsumen (sig=0,000), norma subyektif (sig = 0,000) dan kontrol perilaku (sig = 0,016) masing-masing secara signifikan berpengaruh terhadap minat memilih layanan rumah sakit. Di antara ketiga variabel tersebut yang paling berpengaruh adalah norma subyektif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi yang paling kecil dan angka koefisien yang paling besar yaitu 0,468.

Dari hasil penelitian ini penulis dapat memberikan beberapa saran kepada rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta dan rumah sakit pada umumnya, sebagai berikut:

1. Bagi rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta, perlu memperhatikan tarif layanan. Mengingat persaingan pada jasa rumah sakit sudah sangat ketat dan daya beli masyarakat yang menurun, maka tarif menjadi satu faktor penting bagi konsumen bila akan memilih layanan rumah sakit.
2. Sikap konsumen, norma subyektif dan kontrol perilaku terbukti signifikan mempengaruhi minat konsumen memilih layanan rumah sakit. Untuk itu rumah sakit hendaknya berupaya meningkatkan sikap konsumen terhadap layanannya, dengan cara meningkatkan kinerja atribut yang dianggap penting oleh konsumen, diantaranya adalah 10 atribut yang terdapat dalam penelitian ini. Selain itu peran referen juga penting, diantaranya keluarga, dokter dan teman. Oleh karena itu rumah sakit perlu memberikan kepuasan kepada konsumennya

agar merekomendasikan rumah sakit tersebut kepada anggota keluarga maupun temannya. selain itu perlu memberikan kepuasan pula kepada konsumen internalnya yaitu para dokter, agar menyarankan pasiennya untuk memilih layanan rumah sakit tersebut.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, diantaranya jumlah sampel yang hanya 100 responden, obyek penelitian yang hanya terfokus di satu rumah sakit, tehnik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling* belum bisa merepresentasikan seluruh pasien yang ada. Mengingat tema ini cukup menarik maka penelitian berikutnya dapat dilakukan dengan meminimalkan keterbatasan penelitian ini, guna mengembangkan teori tentang perilaku konsumen khususnya konsumen rumah sakit.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., 1987, Attitudes, traits and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. in L. Berkowits (Ed), *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, San Diego, CA, Academic Press, hal 1-63.
- Ajzen, I. 1988, *Attitudes, Personality, and Behavior*, Milton Keynes, Open University Press.
- Ajzen, I. and M. Fishbein, 1980, *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Englewood, NJ, Prentice Hall, Inc.
- Basu Swastha Dharmestha, 1997, *Keputusan-keputusan Stratejik untuk mengeksploitasi sikap dan perilaku konsumen*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol 12, hal 1-17.
- Basu Swastha Dharmestha, 1998, Theory of planned behavior dalam penelitian sikap, niat dan perilaku konsumen, *KELOLA Gadjah Mada University Business Review*, VIII, hal 85-108.
- Basu Swastha Dharmestha dan U. Khasanah 1999, Theory of planned behavior: an application to transport service consumers, *Gadjah Mada Journal of Business*, Vol 1, hal 83-96.
- Engel, J.E, R.D. Blackwell, and P.W. Miniard, 1995, *Consumer Behavior* 8<sup>th</sup> ed, Forth Worth, The Dryden Press.
- Fishbein, M. and I. Ajzen, 1975, *Belief, Attitude, Intention and Behavior, An Introduction to Theory and Research*, Reading M.A., Addison Wesley.
- Indah F, 2004, Citra Rumah sakit, Kepuasan dan Loyalitas pelanggan, studi pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta, *Utilitas*, Vol 12, hal 23-34.