

DAMPAK BAURAN PEMASARAN DAN PELAYANAN SYARIAH
TERHADAP KEPUTUSAN PASIEN DALAM MEMILIH
PELAYANAN KESEHATAN
DI RS PKU MUHAMMADIYAH WONOSOBO

TESIS

Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 2
Program Studi Manajemen Rumah Sakit



ERWIN SALEH

20161030048

PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YGYAKARTA

2019

LEMBAR PERSETUJUAN

DAMPAK BAURAN PEMASARAN DAN PELAYANAN SYARIAH
TERHADAP KEPUTUSAN PASIEN DALAM MEMILIH
PELAYANAN KESEHATAN
DI RS PKU MUHAMMADIYAH WONOSOBO



Dosen Pembimbing,

Dr. Siti Dyah Handayani, MM

Tanggal 6 Maret 2019

TESIS

DAMPAK BAURAN PEMASARAN DAN PELAYANAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN PASIEN DALAM MEMILIH PELAYANAN KESEHATAN DI RS PKU MUHAMMADIYAH WONOSOBO

Diajukan Oleh:

Erwin Saleh
20161030048

Tesis ini telah dipertahankan dan disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Rumah Sakit
Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
tanggal 6 Maret 2019

Tim Penguji terdiri dari:

Dr. Elsy Maria Rosa, M.Kep
Ketua Tim Penguji

Dr. Siti Dyah Handayani, MM
Anggota Tim Penguji

Dr. Dr. Nur Hidayah, MM
Anggota Tim Penguji

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Rumah Sakit
Program Pacasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. dr. Arlina Dewi, M.Kes, AAK

PERNYATAAN

Bismillahirrokhmanirrokhim,

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini bukan merupakan hasil plagiat karya orang lain, melainkan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini adalah milik orang lain dan dibenarkan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia.

Yogyakarta, 6 Maret 2019

Yang Membuat Pernyataan:

ERWIN SALEH
20161030048

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil ‘alamiin, Puji Syukur hanya milik Allah SWT penguasa alam semesta, atas segala petunjuk dan pertolongan-Nya sehingga tesis yang berjudul “Dampak Bauran Pemasaran dan Pelayanan Syariah Terhadap Keputusan Pasien dalam memilih Pelayanan Kesehatan di RS PKU Muhammadiyah Wonosobo” bisa diselesaikan. Sholawat dan salam senantiasa untuk Rosululloh Muhammad SAW.

Penulisan tesis ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 2 pada Program Studi Manajemen Rumah Sakit Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Selain hal tersebut, penelitian ini dilaksanakan mengingat pentingnya aspek pemasaran di Rumah Sakit dalam rangka peningkatan pelayanan Rumah Sakit, menaikkan jumlah pelanggan yang diharapkan bermanfaat bagi RS PKU Muhammadiyah Wonosobo dan pelayanan kesehatan lainnya.

Pemasaraan Rumah Sakit hampir sama dengan pelayanan jasa lainnya, sangat dipengaruhi oleh strategi yang tepat untuk menggaet pelanggan. Segala upaya tentunya harus dilakukan untuk mensukseskan program pemasaran Rumah Sakit. Dalam penelitian ini, didapatkan beberapa fakta terkait dampak bauran pemasaran dan pelayanan syariah yang sedang dikembangkan oleh RS PKU Muhammadiyah Wonosobo.

Ucapan terimakasih yang tak terhingga kami sampaikan kepada:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P
2. Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bapak Sri Atmaja P. Rosyidi, ST., Msc.Eng., Ph.D., PE
3. Kaprodi MMR UMY, Ibu Dr. dr. Arlina Dewi, M.Kes, AAK.
4. Pembimbing Tesis Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, MM.
5. Tim Penguji yang telah memberikan banyak masukan.
6. Seluruh Dosen MMR UMY atas ilmu yang diberikan kepada kami.
7. Direktur dan segenap Civitas Hospitalia RS PKU Muhammadiyah Wonosobo yang telah memberikan dukungan kesempatan yang sangat luas dalam penelitian ini.
8. Rekan-rekan seperjuangan Prodi MMR UMY atas semangat dan kebersamaannya.
9. Seluruh pihak yang tak dapat kami sebutkan satu-persatu, yang telah berjasa baik hingga terselesaikannya tesis ini.

Besar harapan kami, tesis ini dapat bermanfaat seluas-luasnya kepada seluruh pihak. Tentunya kami sangat menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini masih terdapat banyak sekali kekurangan. Oleh karena itu, saran, masukan dan kritik yang membangun kami harapkan demi kemajuan bersama.

Yogyakarta, 6 Maret 2019

Penulis

MOTTO

*“.....Niscaya Allah akan meninggikan (derajat) orang-orang beriman
diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat,
dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan”*

(QS: Al Mujadalah: 11)

*Dan Katakanlah: “Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rosul-Nya serta
orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu.....”*

(QS At Taubah :105)

Karya ini dipersembahkan untuk :

Ibu, Bapak yang tidak pernah putus doanya,

Istri dan Anak yang telah memberi bulan, bintang dan cinta,

Almamater

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| LEMBAR PERNYATAAN..... | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| INTISARI | xvi |
| ABSTRACT..... | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| B. Perumusan Masalah..... | 12 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 15 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 16 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 18 |
| A. Telaah Pustaka..... | 18 |
| 1. Rumah Sakit..... | 18 |
| 2. Pemasaran Rumah Sakit..... | 21 |
| 3. Bauran Pemasaran..... | 29 |

| | | | |
|----------------|----|--|-----------|
| | 4. | Pelayanan Syariah | 41 |
| | 5. | Perilaku Konsumen | 52 |
| B. | | Penelitian Terdahulu | 56 |
| C. | | Landasan Teori | 61 |
| D. | | Kerangka Konsep | 65 |
| E. | | Hipotesis | 66 |
| | 1. | Hipotesis Mayor | 66 |
| | 2. | Hipotesis Minor | 66 |
| BAB III | | METODE PENELITIAN | 68 |
| A. | | Jenis dan Rancangan Penelitian | 68 |
| B. | | Subjek dan Obyek Penelitian | 68 |
| C. | | Populasi Sample dan Sampling | 68 |
| | 1. | Populasi | 68 |
| | 2. | Sample | 69 |
| | 3. | Besar Sample | 69 |
| | 4. | Kriteria Inklusi dan Eksklusi | 70 |
| D. | | Variabel Penelitian | 71 |
| | 1. | Variabel Bebas | 71 |
| | 2. | Variabel Terikat | 71 |
| | 3. | Variabel Karakteristik Responden | 71 |
| E. | | Definisi Operasional | 72 |
| F. | | Instrumen Penelitian | 84 |
| G. | | Uji Validitas dan Reliabilitas | 90 |
| | 1. | Uji Validitas | 90 |
| | 2. | Uji Reliabilitas | 90 |
| H. | | Analisis Data | 91 |
| | 1. | Uji Asumsi Klasik | 91 |
| | 2. | Analisa Regresi Linear Berganda | 94 |

| | | | |
|---------------|----|---|-----------|
| | 3. | Uji Hipotesis | 95 |
| | 4. | Koefisien Determinasi (R^2)..... | 96 |
| | I. | Tahapan Penelitian | 97 |
| | J. | Etika Penelitian..... | 98 |
| BAB IV | | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 99 |
| | A. | Hasil Penelitian..... | 99 |
| | 1. | Gambaran Umum Penelitian..... | 99 |
| | 2. | Uji Validitas dan Reliabilitas | 103 |
| | 3. | Hasil Penelitian | 107 |
| | a. | Uji Asumsi Klasik | 107 |
| | b. | Analisis Regresi Linear Berganda | 116 |
| | B. | Pembahasan | 120 |
| | 1. | Dampak Bauran Pemasaran dan Pelayanan Syariah secara bersama terhadap Keputusan Pasien | 120 |
| | 2. | Dampak Produk secara Parsial terhadap Keputusan Pasien | 124 |
| | 3. | Dampak Persepsi Harga secara Parsial terhadap Keputusan Pasien | 126 |
| | 4. | Dampak Tempat secara Parsial terhadap Keputusan Pasien | 128 |
| | 5. | Dampak Petugas/Orang secara Parsial terhadap Keputusan Pasien | 131 |
| | 6. | Dampak Promosi secara Parsial terhadap Keputusan Pasien | 133 |
| | 7. | Dampak Proses secara Parsial terhadap Keputusan Pasien | 136 |
| | 8. | Dampak Bukti Fisik secara Parsial terhadap Keputusan Pasien | 138 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 9. | Dampak Pelayanan Syariah secara Parsial terhadap Keputusan Pasien | 140 |
| BAB V | SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN | 143 |
| A. | Simpulan..... | 143 |
| B. | Keterbatasan Penelitian | 144 |
| C. | Saran | 145 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 147 |
| | LAMPIRAN..... | 152 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|--|-----|
| Tabel 1.1 | Nama Rumah Sakit di Wonosobo | 6 |
| Tabel 1.2 | Indikator Pelayanan Rawat Inap Rumah Sakit di Kabupaten Wonosobo tahun 2016..... | 7 |
| Tabel 1.3 | Indikator Pelayanan Rawat Inap RS PKU Muhammadiyah Wonosobo..... | 7 |
| Tabel 1.4 | Data Kunjungan Pasien RS PKU Muhammadiyah Wonosobo.. | 8 |
| Tabel 1.5 | Data Kunjungan Pasien Rumah Sakit di Wonosobo tahun 2016 | 9 |
| Tabel 2.1 | Perbedaan Penjualan dan Pemasaran..... | 25 |
| Tabel 2.2 | Standar Sertifikasi Rumah Sakit Syariah..... | 51 |
| Tabel 2.3 | Penelitian Terdahulu..... | 57 |
| Tabel 3.1 | Bobot Nilai Kuisisioner Variabel Bebas dan variabel Terikat.... | 86 |
| Tabel 3.2 | Kisi-kisi Instrumen Penelitian | 86 |
| Tabel 4.1 | Karakteristik Responden..... | 100 |
| Tabel 4.2 | Uji Validitas..... | 104 |
| Tabel 4.3 | Uji Reliabilitas | 106 |
| Tabel 4.4 | Uji Linieritas | 110 |
| Tabel 4.5 | Uji Heteroskedastisitas | 111 |
| Tabel 4.6 | Uji Multikolinearitas..... | 112 |
| Tabel 4.7 | Uji Autokorelasi | 113 |

| | | |
|------------|---------------------------|-----|
| Tabel 4.8 | Uji F..... | 114 |
| Tabel 4.9 | Uji t..... | 115 |
| Tabel 4.10 | Koefisien Determinan..... | 119 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----|
| Gambar 2.1 Bauran Pemasaran | 61 |
| Gambar 2.2 Pelayanan Syariah..... | 62 |
| Gambar 2.3 Perilaku Konsumen..... | 63 |
| Gambar 2.4 Kerangka Konsep Penelitian | 65 |
| Gambar 4.1 Diagram P-Plot | 108 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|----|--|-----|
| 1. | Surat Permohonan Penelitian ke RS PKU Muhammadiyah Wonosobo..... | 153 |
| 2. | Surat Permohonan Pengisian Kuesioner | 154 |
| 3. | Formulir Informed Consent..... | 155 |
| 4. | Lembar Kuesioner | 156 |
| 5. | Hasil Penelitian Uji Validitas dan Reliabilitas | 169 |
| 6. | Hasil Karakteristik Responden | 173 |
| 7. | Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 176 |
| 8. | Hasil Analisis Regresi Linear Berganda..... | 179 |
| 9. | Surat Keterangan Selesai Melakukan Penelitian..... | 181 |

DAMPAK BAURAN PEMASARAN DAN PELAYANAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUAN PASIEN DALAM MEMILIH PELAYANAN KESEHATAN DI RS PKU MUHAMMADIYAH WONOSOBO

THE IMPACT OF MARKETING MIX AND SHARIA SERVICES ON PATIENT DECISION IN CHOOSING HEALTH SERVICES AT PKU MUHAMMADIYAH WONOSOBO HOSPITAL

Erwin Saleh, Siti Dyah Handayani

Program Studi Manajemen Rumah Sakit, Program Pasca Sarjana
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

INTISARI

Latar Belakang: RS PKU Muhammadiyah Wonosobo merupakan rumah sakit tipe C dengan jumlah bed sebanyak 134 bed. Nilai BOR dari tahun 2015-2017 selalu mengalami kenaikan (25,57% - 55,49%), namun masih dibawah standar Manajemen RS PKU Muhammadiyah Wonosobo (>70%). Untuk itu perlu adanya strategi pemasaran.

Metode: metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan rancangan penelitian *crosssectional* dan analisis Regresi linier. Besar sampel sejumlah 96 pasien.

Hasil dan pembahasan: menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,665 artinya terjadi korelasi yang kuat diantara Bauaran Pemasaran dan pelayanan Syariah terhadap Keputusan Pasien (66,5%). Diperoleh bahwa bauran pemasaran dan pelayanan syariah secara bersama-sama berpengaruh pada keputusan pasien (Nilai $F = 8,623$; p value 0,000). Hanya variabel *price* (persepsi harga) yang secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pasien (p value: 0,001), sedangkan variabel *product* (p value: 0,596), *place* (p value: 0,108), *promotion* (p value: 0,839), *people* (p value 0,859), *physical evidance* (p value: 0,287), *process* (p value: 0,08) dan pelayanan syariah (p value: 0,808) tidak berpengaruh terhadap keputusan pasien.

Kesimpulan: Berdasarkan pada penelitian ini maka, RS PKU Muhammadiyah Wonosobo harus mengoptimalkan penerapan bauran pemasaran dan pelayanan syariah secara bersama-sama. Selain itu harus memperhatikan tarif yang akan diberikan kepada pasien sesuai dengan unit cost yang ditetapkan oleh rumah sakit dan sesuai dengan persepsi pasien.

Kata kunci: Marketing Mix, Pelayanan Syariah, Keputusan Pasien, Rumah Sakit Syariah

ABSTRACT

Background: *RS PKU Muhammadiyah Wonosobo is a type C hospital with 134 beds. Bed Occupation Rate in term of 2015 – 2017 has risen (25,57% - 55,49%), but it has been below the standart of RS PKU Muhammadiyah Wonosobo's Management (>70%). For that result, they need marketing strategies.*

Method: *The method used in this research was quantitative with crosssectional research design and linear regression analysis. The sample size was 96 patients.*

Result and discussion: *The results showed that the value of setermination coefficient was 0,665, which means that there was a strong correlation between marketing mix and sharia services to the patient's decision (66,5%). It also has found that the marketing mix and sharia services together had an effect on patient's decision (F value: 8,623; p value: 0,000). There was only "price perception" that partially influence patien decision (p value: 0,001); while product (p value: 0,596), place (p value: 0,108), promotion (p value: 0,839), people (p value: 0,859), Physical evidance (p value: 0,008) and sharia services (p value: 0,808) did not affect the patient's decision.*

Conclusions: *Based on this study, RS PKU Muhammadiyah Wonosobo have to optimize the applications of the marketing mix and sharia services together. In additional, they have to pay attention to the price that will be given to the patients which has been accordance with the unit cost set by the hospital and price perception by the patiens.*

Key words: *Marketing Mix, Sharia Services, Patients Decision, Sharia Hospital*

