

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden berguna untuk memperoleh gambaran tentang karakteristik karyawan yang akan diteliti (responden) dilakukan pengolahan terhadap data kasar melalui perhitungan statistik deskriptif. Dengan mendeskripsikan skor dari suatu ubahan atau variabel yang ada didapatkan suatu gambaran tentang permasalahan yang akan diajukan dalam penelitian ini.

1. Umur Responden

Berdasarkan umur responden, terdiri atas 4 kelompok, yaitu kurang dari 19 tahun, umur 20 – 30 tahun, umur 31 – 40 tahun dan yang berumur lebih dari 40 tahun. Tabel karakteristik responden berdasarkan umur dapat ditunjukkan pada Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1
Umur Responden

Umur	Jumlah	Persentase
< 19 tahun	25	31,25%
20 – 30 tahun	27	33,75%
31 – 40 tahun	18	22,50%
> 40 tahun	10	12,50%
Total	80	100,00%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2004

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa responden mayoritas berumur 20 – 30 tahun yaitu sebanyak 27 orang atau 33,75%, distribusi karakteristik responden berdasarkan umur yang lain adalah kurang dari 19

tahun yaitu sebesar 31,25% atau sebanyak 25 orang, umur 31-40 tahun, yaitu sebesar 22,5% atau 18 orang dan yang berumur lebih dari 40 tahun adalah sebesar 12,5% atau 10 orang. Hal ini menunjukkan bahwa dilihat dari perbandingan usia, jumlah konsumen rawat jalan RS. Permata Bunda Ciamis cukup seimbang. Sehingga dapat diasumsikan bahwa jasa rawat jalan yang ditawarkan oleh RS. Permata Bunda Ciamis telah cukup mampu untuk memenuhi kebutuhan pasien dari berbagai usia.

2. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas 2 kelompok, yaitu pria dan wanita. Tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada Tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2
Umur Responden

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	34	42,5%
Wanita	46	57,5%
Total	80	100,0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2004

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa responden mayoritas berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 46 orang atau 57,5%, distribusi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang lain adalah berjenis kelamin pria sebesar 42,5% atau sebanyak 34 orang. Hal ini disebabkan karena jasa rawat jalan yang pasiennya adalah wanita yaitu pada klinik kesehatan ibu dan anak serta klinik kebidanan dan penyakit kandungan.

3. Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan responden, terdiri atas 8 kelompok, yaitu kelompok berpekerjaan pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga, pegawai negeri, karyawan swasta, pedagang/wiraswasta, ABRI/Polisi dan lain-lain. Data karakteristik responden berdasarkan pekerjaan ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Pekerjaan Responden

Pendidikan	Jumlah	Persentase
Pelajar	5	6,25%
Mahasiswa	6	7,50%
Ibu rumah tangga	20	25,00%
Pegawai negeri	20	25,00%
Karyawan swasta	11	13,75%
Pedagang/wiraswasta	8	10,00%
ABRI/Polisi	7	8,75%
Lain-lain	3	3,75%
Total	80	100,00%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2004

Dari Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar sebesar 6,25%, sedangkan mahasiswa sebesar 7,5%. Responden yang memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga sebesar 25%, responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sebesar 25%. Sedangkan responden yang mempunyai pekerjaan sebagai karyawan swasta sebesar 13,75%, responden yang memiliki pekerjaan sebagai pedagang atau wiraswasta sebesar 10%. Responden yang mempunyai pekerjaan sebagai anggota ABRI/POLRI sebesar 8,75%, sedangkan untuk pekerjaan lainnya memiliki persentase 3,75% yang antara lain adalah sebagai pensiunan dan petani. Melihat dari pekerjaan responden, sebagian

besar responden memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga dan pegawai negeri. Berdasarkan kepada data di atas, dapat diambil suatu gambaran bahwa jasa rawat jalan RS. Permata Bunda Ciamis dipilih oleh hampir seluruh lapisan masyarakat.

4. Penghasilan

Berdasarkan penghasilan responden, terdiri atas 6 kelompok, yaitu kelompok berpenghasilan dibawah Rp. 399.000, Rp. 400.000 – Rp. 799.000, Rp. 800.000 – Rp. 1.199.000, Rp. 1.200.000 – Rp. 1.599.000, Rp. 1.600.000 – Rp. 1.999.000 dan di atas Rp. 2.000.000. Data karakteristik responden berdasarkan penghasilan ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Penghasilan Responden

Penghasilan	Jumlah	Persentase
Dibawah Rp. 399.000	8	10.00%
Rp. 400.000 – Rp. 799.000	18	22.50%
Rp. 800.000 – Rp. 1.199.000	20	25.00%
Rp. 1.200.000 – Rp. 1.599.000	15	18.75%
Rp. 1.600.000 – Rp. 1.999.000	9	11.25%
Diatas Rp. 2.000.000	10	12.50%
Total	80	100.00%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2004

Dari Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa Responden yang mempunyai penghasilan dibawah Rp 399.000,- setiap bulannya yaitu sebesar 10% atau sebanyak 8 orang, sedangkan responden yang mempunyai penghasilan antara Rp 400.000,- s/d Rp 799.000,- sebesar 22,5% atau sebanyak 18 orang. Responden yang mempunyai penghasilan antara Rp 800.000,- s/d Rp 1.199.000,- adalah sebesar 25% atau sebanyak 20 orang. Sedangkan responden yang memiliki penghasilan antara Rp 1.200.000,-s/d

Rp1.599.000,- sebesar 18,75% atau sebanyak 15 orang, responden yang memiliki penghasilan antara Rp 1.600.000,-s/d Rp 1.999.000,- adalah sebesar 11,25% atau sebanyak 9 orang, sedangkan responden yang mempunyai penghasilan diatas Rp 2.000.000,- adalah sebesar 12,5% atau sebanyak 10 orang. Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa lebih dari 57,5% responden jasa rawat RS. Permata Bunda Ciamis memiliki penghasilan dibawah Rp 1.200.000,- dan 42,5% responden memiliki penghasilan diatas Rp 1.200.000,-. Hal ini menunjukkan bahwa jasa rawat jalan di RS. Permata Bunda Ciamis banyak dimanfaatkan dan dipilih oleh kalangan menengah kebawah dan tidak sedikit juga kalangan menengah keatas yang turut memanfaatkan jasa rawat jalan yang ditawarkan RS. Permata Bunda Ciamis.

5. Penggunaan jasa rawat jalan

Berdasarkan penggunaan jasa rawat jalan responden, terdiri atas 4 kelompok, yaitu kelompok 1 jenis klinik, 2 jenis klinik, 3 jenis klinik dan lebih dari 3 jenis klinik. Data karakteristik responden berdasarkan penggunaan jasa rawat jalan ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Penggunaan jasa rawat jalan Responden

Penggunaan jasa rawat jalan	Jumlah	Persentase
1 Jenis Klinik	33	41.25%
2 Jenis Klinik	37	46.25%
3 Jenis Klinik	8	10.00%
Lebih dari 3 Jenis Klinik	2	2.50%
Total	80	100.00%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2004

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa Responden yang menggunakan 1 jenis klinik adalah sebesar 41,25%, sedangkan responden yang telah menggunakan 2 jenis klinik adalah sebesar 46,25%. Responden yang telah menggunakan 3 jenis klinik adalah sebesar 10%, sedangkan responden yang telah menggunakan 4 jenis klinik adalah sebesar 2,5%. Hal tersebut menunjukkan kepercayaan masyarakat yang cukup tinggi untuk menggunakan lebih dari satu jenis klinik yang disediakan oleh RS. Permata Bunda. Kepercayaan masyarakat tersebut selalu berusaha dijaga oleh RS. Permata Bunda, salah satunya dilakukan dengan cara menggunakan tenaga dokter dan tenaga medis yang ahli dibidangnya.

4.2. Data dan Analisis

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, berupa jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui hubungan Program Bauran Pemasaran Jasa dengan Keputusan Penggunaan Ulang Perawatan Kesehatan pada Unit Rawat Jalan Rumah Sakit Permata Bunda Ciamis Jawa Barat. Analisis data ini melalui dua tahap, yaitu analisis kualitatif dan analisis kuantitatif.

4.2.1. Analisis Kualitatif

a. Program Bauran Pemasaran Jasa

Program Bauran Pemasaran Jasa meliputi variabel Produk (X_1), Variabel Tarif (X_2), Saluran Distribusi (X_3), Promosi (X_4), Fasilitas Fisik (X_5), Proses (X_6) dan Sumber Daya Manusia (X_7). Setiap pernyataan masing-masing terdiri dari lima alternatif jawaban

yaitu jawaban Tidak Setuju, Kurang Setuju, Cukup Setuju, Setuju dan Sangat Setuju. Jawaban Tidak Setuju menunjukkan tingkat penilaian yang sangat rendah dan jawaban Sangat Setuju menunjukkan tingkat penilaian yang sangat tinggi.

Tabel 4.6
Produk (X_i)

Penilaian	Jumlah	%
Tidak Setuju	0	0%
Kurang Setuju	9	11,3%
Cukup Setuju	14	17,5%
Setuju	46	57,5%
Sangat Setuju	11	13,8%
	80	100,0%

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2004

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas dapat dilihat bahwa dari 80 responden yang diambil sebagai sampel, tidak ada satu orang yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 9 orang atau 11,3% menyatakan kurang setuju, 14 orang atau 17,5% menyatakan Cukup Setuju, 46 orang atau 57,5% menyatakan setuju dan 11 orang atau 13,8% menyatakan sangat setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa penilaian terhadap variabel produk mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, ini menunjukkan bahwa Unit Rawat Jalan Rumah Sakit Permata Bunda Ciamis Jawa Barat mempunyai peralatan pemeriksaan kesehatan dan jenis jasa rawat jalan yang lengkap.

Tabel 4.7
Tarif (X₂)

Penilaian	Jumlah	%
Tidak Setuju	2	2,5%
Kurang Setuju	9	11,3%
Cukup Setuju	17	21,3%
Setuju	37	46,3%
Sangat Setuju	15	18,8%
Jumlah	80	100,0%

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2004

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas dapat dilihat bahwa dari 80 responden yang diambil sebagai sampel, sebanyak 2 orang atau 2,5% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 9 orang atau 11,3% menyatakan kurang setuju, sebanyak 17 orang atau 21,3% menyatakan cukup setuju, 37 orang atau 46,3% menyatakan setuju dan 15 orang atau 18,8% menyatakan sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel tarif mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, ini menunjukkan bahwa tarif yang ditetapkan oleh rumah saki Permata Bunda telah sesuai dengan jasa yang diberikan, kemampuan konsumen untuk membayar jasa, dan tarif kamar ditetapkan sesuai dengan fasilitas dan kenyamanan yang dirasakan oleh pasien.

Tabel 4.8
Saluran Distribusi (X_3)

Penilaian	Jumlah	%
Tidak Setuju	2	2,5%
Kurang Setuju	7	8,8%
Cukup Setuju	22	27,5%
Setuju	35	43,8%
Sangat Setuju	14	17,5%
	80	100,0%

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2004

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas dapat dilihat bahwa dari 80 responden yang diambil sebagai sampel, yang sebanyak 2 orang atau 2,5% menyatakan tidak setuju, sebanyak 7 orang atau 8,8% menyatakan kurang setuju, sebanyak 22 orang atau 27,5% menyatakan cukup setuju, 35 orang atau 43,8% menyatakan setuju dan 14 orang atau 17,5% menyatakan sangat setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa penilaian terhadap variabel saluran distribusi mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, ini menunjukkan bahwa rumah sakit Permata Bunda memberikan layanan pendaftaran dan pembayaran dengan cepat dan mudah.

Tabel 4.9
Promosi (X_4)

Penilaian	Jumlah	%
Tidak Setuju	7	8,8%
Kurang Setuju	6	7,5%
Cukup Setuju	22	27,5%
Setuju	33	41,3%
Sangat Setuju	12	15,0%
	80	100,0%

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2004

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas dapat dilihat bahwa dari 80 responden yang diambil sebagai sampel, yang sebanyak 7 orang atau 8,8% menyatakan tidak setuju, sebanyak 6 orang atau 7,5% menyatakan kurang setuju, sebanyak 22 orang atau 27,5% menyatakan cukup setuju, 33 orang atau 41,3% menyatakan setuju dan 12 orang atau 15,0% menyatakan sangat setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa penilaian terhadap variabel promosi mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, ini menunjukkan bahwa rumah sakit Permata Bunda mempunyai sarana komunikasi yang lengkap, memberikan kemudahan untuk mendapatkan informasi jasa rawat jalan.

Tabel 4.10
Fasilitas Fisik (X₅)

Penilaian	Jumlah	%
Tidak Setuju	0	0,0%
Kurang Setuju	7	8,8%
Cukup Setuju	10	12,5%
Setuju	42	52,5%
Sangat Setuju	21	26,3%
	80	100,0%

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2004

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas dapat dilihat bahwa dari 80 responden yang diambil sebagai sampel, tidak ada satu orang yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 7 orang atau 8,8% menyatakan kurang setuju, sebanyak 10 orang atau 12,5% menyatakan cukup setuju, 42 orang atau 52,5% menyatakan setuju dan 21 orang atau 26,3% menyatakan sangat setuju. Dengan demikian dapat diketahui

bahwa penilaian terhadap variabel fasilitas fisik mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi, kebersihan dan kerapihan ruang perawatan rumah sakit Permata Bunda selalu terjaga dengan baik serta mempunyai sarana parkir yang luas.

Tabel 4.11
Proses (X₆)

Penilaian	Jumlah	%
Tidak Setuju	0	0,0%
Kurang Setuju	6	7,5%
Cukup Setuju	16	20,0%
Setuju	39	48,8%
Sangat Setuju	19	23,8%
	80	100,0%

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2004

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dapat dilihat bahwa dari 80 responden yang diambil sebagai sampel, tidak ada satu orang yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 6 orang atau 7,5% menyatakan kurang setuju, sebanyak 16 orang atau 20,0% menyatakan cukup setuju, 39 orang atau 48,8% menyatakan setuju dan 19 orang atau 23,8% menyatakan sangat setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa penilaian terhadap variabel proses mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa proses untuk mendapatkan jasa rawat jalan pada rumah sakit Permata Bunda sangat mudah karena rumah sakit tersebut untuk memberikan kepuasan konsumen sangat memperhatikan ketepatan dan kecepatan waktu proses jasa.

Tabel 4.12
Sumber Daya Manusia (X₇)

Penilaian	Jumlah	%
Tidak Setuju	4	5,0%
Kurang Setuju	7	8,8%
Cukup Setuju	15	18,8%
Setuju	35	43,8%
Sangat Setuju	19	23,8%
	80	100,0%

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2004

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas dapat dilihat bahwa dari 80 responden yang diambil sebagai sampel, sebanyak 4 orang atau 5% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 7 orang atau 8,8% menyatakan kurang setuju, sebanyak 15 orang atau 18,8% menyatakan cukup setuju, 35 orang atau 43,8% menyatakan setuju dan 19 orang atau 23,8% menyatakan sangat setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa penilaian terhadap variabel sumber daya manusia mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa penampilan karyawan pada rumah sakit Permata Bunda selalu rapi dan bersih, karyawan selalu bersikap sopan dan ramah dalam melayani pasien.

Tabel 4.13
Program Bauran Pemasaran (X)

Penilaian	Jumlah	%
Tidak Setuju	0	0,0%
Kurang Setuju	1	1,3%
Cukup Setuju	25	31,3%
Setuju	44	55,0%
Sangat Setuju	10	12,5%
	80	100,0%

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2004

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas dapat dilihat bahwa dari 80 responden yang diambil sebagai sampel, tidak ada satu orang yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 1 orang atau 1,3% menyatakan kurang setuju, sebanyak 25 orang atau 31,3% menyatakan cukup setuju, 44 orang atau 55,0% menyatakan setuju dan 10 orang atau 12,5% menyatakan sangat setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa penilaian terhadap faktor program bauran pemasaran jasa mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi.

b. Variabel Keputusan Penggunaan Ulang Perawatan Kesehatan (Y)

Variabel Keputusan Penggunaan Ulang Perawatan Kesehatan terdiri tujuh butir pernyataan. Dari hasil jawaban responden yang telah dirata-rata maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Keputusan Penggunaan Ulang Perawatan Kesehatan.

Tabel 4.14
Variabel Keputusan Penggunaan Ulang Perawatan Kesehatan (Y)

Penilaian	Jumlah	%
Tidak Setuju	0	0%
Kurang Setuju	9	11,3%
Cukup Setuju	19	23,8%
Setuju	42	52,5%
Sangat Setuju	10	12,5%
	80	100,0%

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2004

Tabel 4.14 di atas merupakan penilaian variabel Keputusan Penggunaan Ulang Perawatan Kesehatan dan dapat diketahui dari 80 responden yang diambil sebagai sampel, tidak ada satu orang yang

menyatakan tidak setuju, sebanyak 9 orang atau 11,3% menyatakan kurang setuju, sebanyak 19 orang atau 23,8% menyatakan cukup setuju, sebanyak 42 orang atau 52,5% menyatakan setuju dan 10 orang atau 12,5% menyatakan sangat setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa penilaian terhadap variabel Keputusan Penggunaan Ulang Perawatan Kesehatan mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen telah mendapatkan kepuasan atas pelayanan yang disediakan oleh rumah sakit Permata Bunda dan memutuskan untuk tetap menggunakan jasa rumah sakit Permata Bunda.

4.2.2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis suatu masalah agar dapat memberikan gambaran secara kongkrit sehingga keputusan dapat diambil secara lebih pasti, sehingga pengambilan keputusan diharapkan dapat mengurangi dengan menghilangkan keraguan.

Analisis kuantitatif yang digunakan dalam pembahasan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan metode Rank Spearman (*Spearman Correlation Method*). Uji validitas digunakan untuk menguji kuesioner apakah layak digunakan sebagai alat untuk mengambil data untuk penelitian atau tidak. Hasil metode ini akan menunjukkan kuat lemahnya hubungan suatu variabel lainnya.

4.2.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS Versi 10.00 yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi (r_{xy}) dengan r_{tabel} . Dengan jumlah sampel penelitian (N) sebanyak 80 responden maka dapat ditentukan besarnya r_{tabel} yaitu 0,21982. Dari hasil uji validitas diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

No. Butir	r hitung	Nilai Kritis (r tabel)	Keterangan
Program Bauran Pemasaran (X), Koef. Alpha = 0,8646			
X1.1	0,619	0,21982	Valid
X1.2	0,576	0,21982	Valid
X1.3	0,490	0,21982	Valid
X2.1	0,462	0,21982	Valid
X2.2	0,528	0,21982	Valid
X2.3	0,579	0,21982	Valid
X3.1	0,540	0,21982	Valid
X3.2	0,543	0,21982	Valid
X3.3	0,517	0,21982	Valid
X4.1	0,640	0,21982	Valid
X4.2	0,552	0,21982	Valid
X4.3	0,438	0,21982	Valid
X5.1	0,381	0,21982	Valid
X5.2	0,383	0,21982	Valid
X5.3	0,458	0,21982	Valid
X6.1	0,584	0,21982	Valid
X6.2	0,516	0,21982	Valid
X6.3	0,556	0,21982	Valid
X7.1	0,570	0,21982	Valid
X7.2	0,504	0,21982	Valid
X7.3	0,502	0,21982	Valid

Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y), Koef. Alpha = 0,8444			
Y1.1	0,687	0,21982	Valid
Y1.2	0,820	0,21982	Valid
Y1.3	0,473	0,21982	Valid
Y1.4	0,742	0,21982	Valid
Y1.5	0,848	0,21982	Valid
Y1.6	0,774	0,21982	Valid
Y1.7	0,704	0,21982	Valid

Sumber : Data primer yang diolah

Dari Tabel 4.15 di atas dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pernyataan terdiri dari 3 butir pernyataan untuk variabel produk (X_1), 3 butir pernyataan untuk tarif (X_2), 3 butir pernyataan untuk saluran distribusi (X_3), 3 butir pernyataan untuk promosi (X_4), 3 butir pernyataan untuk fasilitas fisik (X_5), 3 butir pernyataan untuk proses (X_6), 3 butir pernyataan untuk sumber daya manusia (X_7). Untuk variabel keputusan penggunaan ulang konsumen terdiri dari 7 butir pernyataan. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi (r_{xy}) seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} ($r_{tabel} = 0,21982$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid. Dengan demikian seluruh butir pernyataan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas alpha sebesar 0,8646 untuk faktor Program Bauran Pemasaran. Dan untuk koefisien alpha pada variabel keputusan penggunaan ulang konsumen sebesar 0,8444. Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat diketahui bahwa seluruh koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,21982, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan mengenai

faktor Program Bauran Pemasaran dan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen merupakan pernyataan yang reliabel. Dari kedua hasil analisis reliabilitas diatas dapat diartikan bahwa secara menyeluruh quisioner yang digunakan dalam penelitian ini telah dinyatakan reliabel atau andal.

4.2.2.2. Analisis Korelasi Rank Spearman

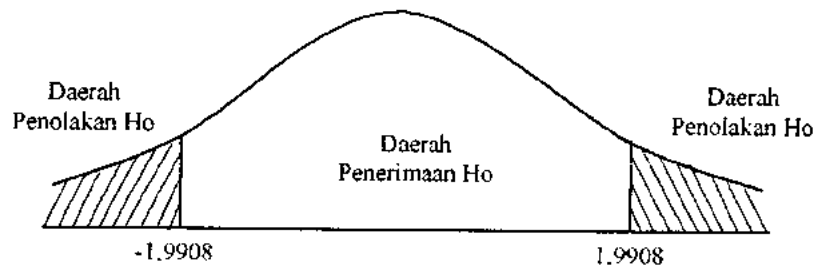
Analisis kuantitatif yang digunakan dalam pembahasan menggunakan metode korelasi Rank Spearman. Hasil metode ini akan menunjukkan kuat lemahnya hubungan suatu variabel lainnya. Untuk mengetahui hubungan variabel tersebut dilihat pada hasil perhitungan r_s yang menunjukkan hubungan positif atau negatif kemudian untuk mengujinya dengan membandingkan t hitung dari korelasi masing-masing variabel dengan t tabel. Untuk menguji keeratan hubungan tersebut digunakan kriteria sebagai berikut :

Kriteria pengujian :

Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel pada taraf signifikansi 5 % dan derajat kebebasan ($df = n-2 = 78$) atau nilai t hitung lebih kecil dari nilai $-t$ tabel pada taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan ($df = n-2 = 80- 2 = 78$), dapat disimpulkan ada hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut.

Jika nilai t hitung terletak antara nilai $-t$ tabel dan t tabel pada taraf signifikansi 5 % dan derajat kebebasan ($df = n-2 = 80 - 2 = 78$), dapat disimpulkan tidak ada hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut.

Nilai t tabel pada taraf signifikansi ($\alpha = 5\%$) dan derajat kebebasan ($df = 78$) adalah sebesar 1,9908 (lihat lampiran tabel t).



Gambar 4.1
Kurva Pengujian Nilai-t

1. Hubungan antara Program Bauran Pemasaran (X) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)

Terdapat hubungan yang positif antara Program Bauran Pemasaran (X) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y) dapat dilihat dari besarnya $r_s = 0,734$. Hubungan tersebut menunjukkan apabila skor Program Bauran Pemasaran meningkat akan diikuti pula dengan peningkatan skor Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen, dan sebaliknya bila skor Program Bauran Pemasaran akan diikuti pula dengan penurunan skor Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen.

Nilai t hitung (9,545) lebih besar dibandingkan nilai t tabel (1,9908). Hal ini menunjukkan hubungan antara Program Bauran Pemasaran dan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen signifikan.

a. Hubungan antara Produk (X_1) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)

Terdapat hubungan yang positif antara Produk (X_1) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y) dapat dilihat dari besarnya $r_s = 0,612$. Hubungan tersebut menunjukkan apabila skor Produk meningkat akan diikuti pula dengan peningkatan skor Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen, dan sebaliknya bila skor Produk akan diikuti pula dengan penurunan skor Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen.

Nilai t hitung (6,834) lebih besar dibandingkan nilai t tabel (1,9908). Hal ini menunjukkan hubungan antara Produk dan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen signifikan.

b. Hubungan antara Tarif (X_2) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)

Terdapat hubungan yang positif antara Tarif (X_2) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y) dapat dilihat dari besarnya $r_s = 0,509$. Hubungan tersebut menunjukkan apabila skor Tarif meningkat akan diikuti pula dengan peningkatan skor Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen, dan sebaliknya bila skor Tarif akan diikuti pula dengan penurunan skor Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen.

Nilai t hitung (5,223) lebih besar dibandingkan nilai t tabel (1,9908). Hal ini menunjukkan hubungan antara Tarif dan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen signifikan.

c. Hubungan antara Saluran Distribusi (X_3) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)

Terdapat hubungan yang positif antara Saluran Distribusi (X_3) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y) dapat dilihat dari besarnya $r_s = 0,518$. Hubungan tersebut menunjukkan apabila skor Saluran Distribusi meningkat akan diikuti pula dengan peningkatan skor Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen, dan sebaliknya bila skor Saluran Distribusi akan diikuti pula dengan penurunan skor Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen.

Nilai t hitung (5,348) lebih besar dibandingkan nilai t tabel (1,9908). Hal ini menunjukkan hubungan antara Saluran Distribusi dan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen signifikan.

d. Hubungan antara Promosi (X_4) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)

Terdapat hubungan yang positif antara Promosi (X_4) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y) dapat dilihat dari besarnya $r_s = 0,483$. Hubungan tersebut menunjukkan apabila skor Promosi meningkat akan diikuti pula dengan peningkatan skor Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen, dan sebaliknya bila skor

Promosi akan diikuti pula dengan penurunan skor Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen.

Nilai t hitung (4,872) lebih besar dibandingkan nilai t tabel (1,9908). Hal ini menunjukkan hubungan antara Promosi dan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen signifikan.

e. Hubungan antara Fasilitas Fisik (X_5) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)

Terdapat hubungan yang positif antara Fasilitas Fisik (X_5) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y) dapat dilihat dari besarnya $r_s = 0,407$. Hubungan tersebut menunjukkan apabila skor Fasilitas Fisik meningkat akan diikuti pula dengan peningkatan skor Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen, dan sebaliknya bila skor Fasilitas Fisik akan diikuti pula dengan penurunan skor Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen.

Nilai t hitung (3,935) lebih besar dibandingkan nilai t tabel (1,9908). Hal ini menunjukkan hubungan antara Fasilitas Fisik dan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen signifikan.

f. Hubungan antara Proses (X_6) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)

Terdapat hubungan yang positif antara Proses (X_6) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y) dapat dilihat dari besarnya $r_s = 0,414$. Hubungan tersebut menunjukkan apabila skor Proses meningkat akan diikuti pula dengan peningkatan skor

Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen, dan sebaliknya bila skor Proses akan diikuti pula dengan penurunan skor Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen.

Nilai t hitung (4,017) lebih besar dibandingkan nilai t tabel (1,9908). Hal ini menunjukkan hubungan antara Proses dan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen signifikan.

- g. Hubungan antara Sumber Daya Manusia (X_7) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)

Terdapat hubungan yang positif antara Sumber Daya Manusia (X_7) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y) dapat dilihat dari besarnya $r_s = 0,423$. Hubungan tersebut menunjukkan apabila skor Sumber Daya Manusia meningkat akan diikuti pula dengan peningkatan skor Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen, dan sebaliknya bila skor Sumber Daya Manusia akan diikuti pula dengan penurunan skor Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen.

Nilai t hitung (4,123) lebih besar dibandingkan nilai t tabel (1,9908). Hal ini menunjukkan hubungan antara Sumber Daya Manusia dan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen signifikan.

4.2.3. Variabel Yang Paling Erat

Untuk mengetahui variabel-variabel Program Bauran Pemasaran yang mempunyai hubungan paling erat dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen pada Unit Rawat Jalan Rumah Sakit Permata Bunda Ciamis Jawa Barat digunakan koefisien korelasi *rank spearman*. Dari hasil

analisis korelasi *rank spearman* diperoleh koefisien korelasi sebagai berikut :

Tabel 4.23
Koefisien Korelasi

Variabel	Koef. Rs
Produk (X_1) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)	0,612
Tarif (X_2) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)	0,509
Saluran distribusi (X_3) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)	0,518
Promosi (X_4) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)	0,483
Fasilitas Fisik (X_5) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)	0,407
Proses (X_6) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)	0,414
Sumber Daya Manusia (X_6) dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)	0,423

Sumber : Data primer yang diolah

Dari tabel di atas terlihat bahwa koefisien korelasi untuk variabel Produk (X_1) diperoleh koefisien korelasi terbesar yaitu sebesar 0,612. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa mengabaikan faktor-faktor yang lain, faktor produk (kelengkapan peralatan pemeriksaan, kelengkapan klinik kesehatan dan jenis jasa rawat jalan yang ditawarkan di rumah sakit Permata Bunda) menjadi daya tarik utama bagi konsumen untuk melakukan penggunaan ulang terhadap jasa rumah sakit Permata Bunda.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan pada bab IV mengenai Hubungan Program Bauran Pemasaran dengan Keputusan Ulang Penggunaan Konsumen pada Unit Rawat Jalan Rumah Sakit Permata Bunda Ciamis, Jawa Barat. Maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Program bauran pemasaran yang dilakukan Rumah Sakit Permata Bunda Ciamis yang terdiri dari Variabel Produk (X_1), Tarif (X_2), Saluran Distribusi (X_3), Promosi (X_4), Fasilitas Fisik (X_5), Proses (X_6), dan Sumber Daya Manusia (X_7), memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan keputusan penggunaan ulang konsumen. Hal ini terlihat dari nilai koefisien *Korelasi Rank Spearman* variabel Program Bauran Pemasaran dengan variabel keputusan penggunaan ulang konsumen seperti tabel berikut :

NO	Variabel	Koef. Rs	t. hitung	t. tabel	Keterangan
1.	Produk (X_1) dengan keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)	0,612	6,834	1,9908	Hubungan tersebut menunjukkan bahwa kelengkapan peralatan pemeriksaan kesehatan dan jenis jasa rawat jalan yang ditawarkan di Rumah Sakit Permata Bunda memberi kontribusi yang cukup besar

					terhadap keputusan penggunaan ulang konsumen terhadap jasa Rumah Sakit Permata Bunda
2.	Tarif (X_2) dengan keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)	0,509	5,223	1,9908	Hubungan tersebut menunjukkan bahwa keputusan ulang penggunaan konsumen, berkaitan erat dengan bagaimana Rumah Sakit Permata Bunda menetapkan tariff yang sesuai dengan jasa yang mereka berikan, sesuai dengan fasilitas dan kenyamanan yang diberikan serta sesuai dengan kemampuan konsumen untuk membayar jasa.
3.	Saluran distribusi (X_3) dengan keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)	0,518	5,348	1,9908	Hubungan tersebut menunjukkan bahwa keputusan panggunaan ulang konsumen berkaitan erat dengan kemampuan Rumah Sakit dalam mengelola administrasi pendaftaran dan pembayaran dengan cepat serta toleransi yang diberikan oleh manajemen Rumah Sakit kepada pasien yang belum

					mampu membayar jasa perawatan.
4.	Promosi (X ₄) dengan keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)	0,483	4,872	1,9908	Hubungan tersebut menunjukkan bahwa upaya Rumah Sakit dalam melengkapi sarana komunikasi dan penyediaan informasi yang lengkap sehingga pasien dan calon pasien dapat mengakses informasi mengenai layanan Rumah Sakit dengan mudah. Hal ini memberi kontribusi positif bagi keputusan penggunaan ulang konsumen.
5.	Fasilitas Fisik (X ₅) dengan keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)	0,407	3,935	1,9908	Hubungan tersebut menunjukkan bahwa fasilitas fisik yang ditawarkan Rumah Sakit Permata Bunda seperti lokasi Rumah Sakit yang strategis, ruang tunggu dan toilet yang memadai, serta kerapian dan kebersihan lingkungan Rumah Sakit berkaitan erat dengan keputusan penggunaan ulang konsumen.

6.	Proses (X_6) dengan keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)	0,414	4,017	1,9908	Hubungan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan untuk memperoleh jasa, kecepatan dan ketepatan layanan yang diberikan mampu memberikan kontribusi positif bagi keputusan penggunaan ulang konsumen.
7.	Sumber Daya Manusia (X_7) dengan keputusan Penggunaan Ulang Konsumen (Y)	0,423	4,123	1,9908	Hubungan tersebut menunjukkan bahwa penampilan karyawan yang rapi, ramah dan sopan santun dalam melayani konsumen menjadi salah satu alasan bagi konsumen untuk melakukan penggunaan ulang jasa Rumah Sakit.

Hal ini menunjukkan bahwa program bauran pemasaran yang telah dilakukan oleh Rumah Sakit Permata Bunda memberikan kontribusi positif bagi keputusan konsumen untuk menggunakan ulang jasa yang diberikan Rumah Sakit Permata Bunda. Sehingga mereka terdorong untuk menggunakan kembali jasa layanan Rumah Sakit Permata Bunda jika suatu saat mereka memerlukan jasa layanan medis.

2. Variabel Produk merupakan variabel yang mempunyai hubungan paling erat dengan Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen. Hal ini dapat dilihat pada hasil *korelasi rank spearman* dari produk (X_1) mempunyai nilai lebih besar

yaitu sebesar 0,612 daripada variabel-variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel produk yang terdiri dari kelengkapan peralatan pemeriksaan, kelengkapan klinik kesehatan dan jenis jasa rawat jalan yang ditawarkan di Rumah Sakit Permata Bunda menjadi daya tarik utama bagi konsumen untuk melakukan penggunaan ulang terhadap jasa layanan Rumah Sakit Permata Bunda.

5.2. SARAN

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya dan kesimpulan diatas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi Unit Rawat Jalan Rumah Sakit Permata Bunda Ciamis, Jawa Barat. Berkaitan dengan hubungan Program Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Penggunaan Ulang Konsumen.

1. Manajemen Rumah Sakit Permata Bunda harus berupaya mempertahankan dan meningkatkan variabel produk yang berdasarkan penelitian menjadi daya tarik utama bagi konsumen untuk melakukan penggunaan ulang jasa layanan rumah sakit, yaitu dengan tetap menjaga kualitas rumah sakit dari segi kelengkapan fasilitas rumah sakit dan jenis jasa yang ditawarkan misalnya adanya ruang dan alat bedah untuk operasi, jadi kalau perlu dilakukan operasi tidak perlu pindah ke rumah sakit yang lain.
2. Manajemen Rumah Sakit Permata Bunda harus lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanannya yang berkaitan dengan sumber daya manusia (X_7), pelayanan administratif (X_6) dan fasilitas fisik (X_5) yang menurut hasil penelitian kurang menjadi daya tarik bagi konsumen untuk penggunaan ulang

Rumah Sakit Permata Bunda. Meski demikian faktor faktor tarif (X_2), saluran distribusi (X_3) dan promosi (X_4) pun tetap harus mendapat perhatian yang serius.