

**ANALISIS PENGARUH PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP  
MOTIVASI PASIEN UNTUK RAWAT INAP PADA RUMAH SAKIT UMUM  
NIRMALA PURBALINGGA**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**Nama** : Edwin Haris Gilang Nugroho  
**Nomor Mahasiswa** : 01 311 365  
**Program studi** : Manajemen  
**Bidang Konsentrasi** : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

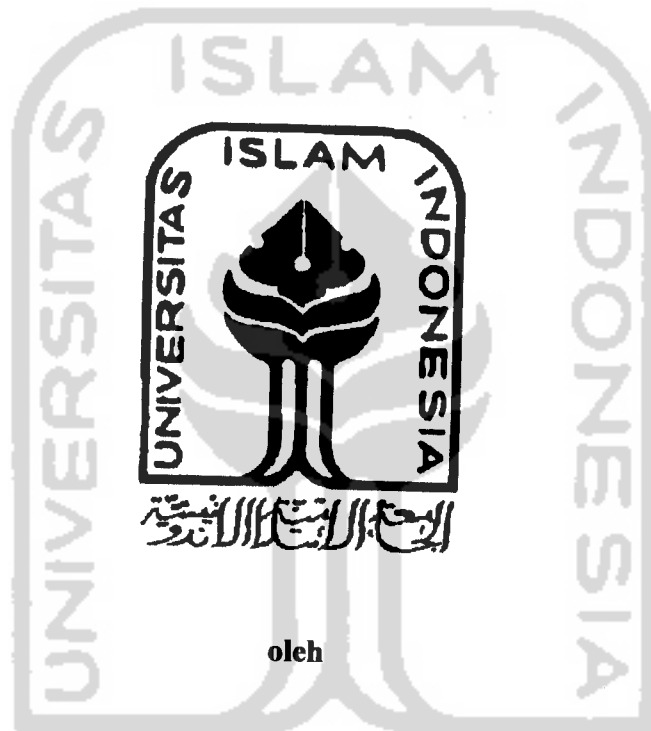
**YOGYAKARTA**

**2006**

**ANALISIS PENGARUH PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP  
MOTIVASI PASIEN UNTUK RAWAT INAP PADA RUMAH SAKIT UMUM**  
**NIRMALA PURBALINGGA**

**SKRIPSI**

**ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir  
guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen,  
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia**



oleh

**Nama** : Edwin Haris Gilang Nugroho  
**Nomor Mahasiswa** : 01 311 365  
**Program Studi** : Manajemen  
**Bidang Konsentrasi** : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**YOGYAKARTA**  
**2006**

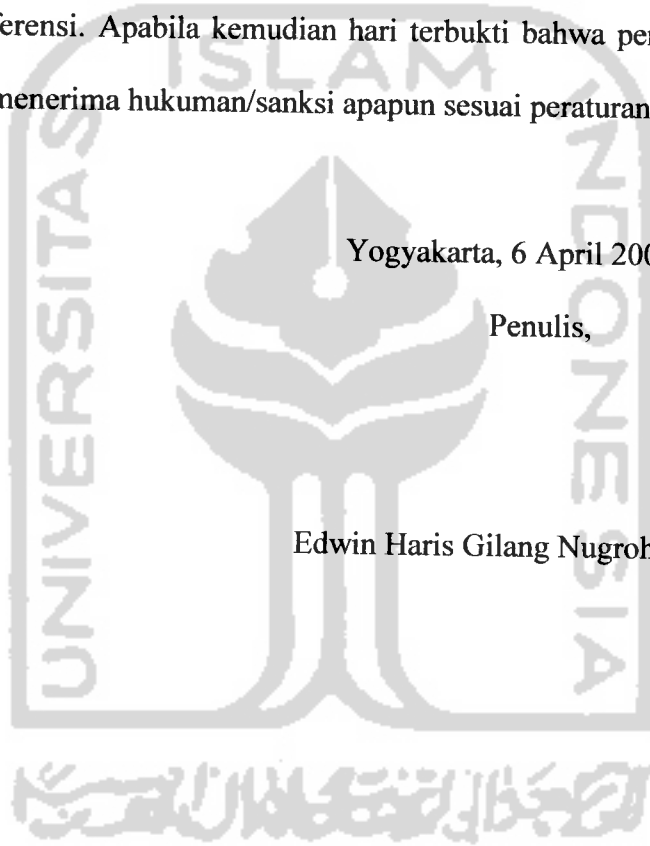
## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 6 April 2006

Penulis,

Edwin Haris Gilang Nugroho



## Halaman Pengesahan Skripsi

Analisis Pengaruh Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Motivasi Pasien Untuk Rawat  
Inap Pada Rumah Sakit Umum Nirmala Purbalingga

Nama : Edwin Haris Gilang Nugroho  
Nomor Mahasiswa : 01 311 365  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 6 April 2006

Telah disetujui dan disahkan oleh  
Dosen Pembimbing,

Drs,H,Sunardji Daromi,MM

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**Analisis Pengaruh Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Motivasi  
Pasien Untuk Rawat Inap Pada Rumah Sakit Umum Nirmala  
Purbalingga**

Disusun Oleh: EDWIN HARIS GILANG NUGROHO  
Nomor mahasiswa: 01311365


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS  
Pada tanggal : 16 Mei 2006

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Sunardji Daromi, MM

Penguji : Drs. Suwarsono, MA



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia

  
Drs. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan, harga dan lokasi terhadap motivasi pasien rawat inap. Populasi yang menjadi penelitian ini adalah pasien yang menjalani rawat inap di RSUD Nirmala Purbalingga, jumlah sample yang diambil sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner dan wawancara sehingga diperoleh data primer pasien, sedangkan data sekunder diperoleh dari pihak rumah sakit. Metode analisis yang digunakan adalah regresi berganda, Pengujian Hipotesis dengan Uji Secara Serentak atau Uji F dan Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial atau Uji t. Untuk memastikan bahwa data primer yang diperoleh berkualitas maka diuji validitas dan reliabilitasnya. Dar hasil perhitungan SPSS maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,571 X1 - 0,227 X2 + 0,258 X3$$

Dari persamaan diatas, pelayanan (X1) dan lokasi (X3) mempunyai pengaruh positif artinya semakin tinggi nilai pelayanan dan lokasi akan semakin tinggi pula nilai motivasinya. Sedangkan harga (X2) berpengaruh negative dengan motivasi artinya semakin tinggi harga menurut persepsi konsumen maka akan semakin rendah motivasi pasien.

Setelah dilakukan pengujian hipotesis secara serentak dan secara parsial, variable pelayanan, harga dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi.

## KATA PENGANTAR

*Asslamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, khususnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa sholawat serta salam kita haturkan kepada Rasulullah SAW beserta keluarga, sahabat beserta pengikutnya hingga akhir jaman.

Pada skripsi ini penulis mengambil judul **“ANALISIS PENGARUH PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP MOTIVASI PASIEN UNTUK RAWAT INAP PADA RUMAH SAKIT UMUM NIRMALA PURBALINGGA”** dilakukan sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar kesarjanaan S-1 di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari sumbangan pemikiran berbagai pihak yang membantu, sehingga penulis dapat menyelesaikan semua hambatan yang terjadi selama penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini. Untuk itu dengan penuh rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Suwarsono Muhammad, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs,H Sunardji Daromi,MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu dengan segala waktu dan bimbingannya.
3. Segenap Dosen, Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia atas segala bantuannya.
4. Manajemen RSu Nirmala Purbalingga yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian
5. Bapak dan ibu atas, kesabaran dan kasih sayangnya, dukungan dan doanya serta telah memberikan bantuan moril maupun meteril sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Adikku Noves serta staff dan direksi LANGGENG CELL yang telah memberikan bantuan pengadaan dan subsidi pulsa
7. Eka Selvy Herawati kekasihku yang selalu setia memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini

---

8. Teman- teman senasib tetapi tidak sepenanggungan dikontrakan, Wisnu,Davi, Alan,Ana,Hepi, Maya,Yogi, Mutia,Danang Greco, Limun.
9. Teman- temanku yang di Purbalingga yang tergabung dalam tim “H2S” dan “IRMA” Baim, Herman, Hisa, Mamang, Pasio,degel, Ire, Nana, Dewi, Dita, Farid, Dedi,Tobil, Yudi, Toto, Ponco, Dj Ati, Andri, Riska, Nova, Mas Yo, Dj ame, Toni, Panji.
10. Temanku Adib dan Rika
11. Aaf yang telah membantu saya dalam belajar menyusun skripsi.
12. Staff Langgeng Cell ; Sugeng, Kasimung, Riyanto
13. Ibu Laundry di Maguwoharjo yang selalu setia mencuci baju saya selama kuliah
14. Genioku sayang Genioku malang yang selalu setia mengantarkan kemana saya pergi
15. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi segenap pihak.

*Wassalammu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Yogyakarta, 6 April 2006

Penulis,

Edwin Haris Gilang Nugroho



## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Sampul Depan Skripsi .....	ii
Halaman Judul Skripsi .....	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme .....	iv
Halaman Pengesahan Skripsi .....	v
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi .....	vi
Abstrak .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Batasan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	8
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori .....	9
2.2.1 Konsep Pemasaran .....	9
2.2.2 Proses Keputusan Pembelian .....	10
2.2.3 Perilaku Konsumen .....	13
2.2.4 Faktor-faktor Ekstern Yang mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	13
2.2.5 Faktor-faktor Intern Yang mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	16
2.2.6 Motivasi .....	19
2.2.7 Definisi Jasa .....	21
2.2.8 Strategi Bauran Pemasaran Untuk Jasa .....	22
2.3 Kerangka Teoritis .....	24
2.4 Formulasi Hipotesisi .....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	27
3.1 Lokasi Penelitian .....	27
3.2 Variabel Penelitian .....	32
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	32
3.4 Instrumen Penelitian .....	33
3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.6 Populasi dan Sampel .....	37
3.6.1 Populasi .....	37
3.6.2 Sampel .....	37

3.7 Alat Analisis .....	38
3.7.1 Analisis Kualitatif.....	38
3.7.2 Analisis Kuantitatif.....	39
<hr/>	
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN .....	42
4.1 Instrumen Penelitian .....	42
4.1.1 Uji Validitas .....	42
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	44
4.2 Karakteristik Responden .....	45
4.2.1 Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	45
4.2.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan.....	47
4.2.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.2.5 Jumlah Responden Berdasarkan Status.....	48
4.2.6 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian .....	50
4.3.1 Tanggapan Terhadap Variabel Pelayanan.....	50
4.3.2 Tanggapan Terhadap Variabel Harga.....	54
4.3.3 Tanggapan Terhadap Variabel Lokasi.....	56
4.3.4 Tanggapan Terhadap Variabel Motivasi.....	58
4.4 Alat Analisis.....	61
4.4.1 Analisis Regresi Berganda.....	61
4.4.2 Uji Hipotesis Secara Parsial ( Uji t ) .....	63
4.4.3 Uji Simultan (F).....	65

4.4.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	66
4.5 Analisis Kualitatif.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan .....	69
5.2 Saran .....	71
DAFTAR PUSTAKA .....	74
LAMPIRAN .....	75



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Nilai Validitas .....	42
4.2 Hasil Perhitungan Reliabilitas.....	44
4.3 Jumlah Responden Berdasar Usia .....	45
4.4 Jumlah Responden Berdasar Jenis Kelamin.....	46
4.5 Jumlah Responden Berdasar Pendidikan.....	47
4.6 Jumlah Responden Berdasar pekerjaan.....	48
4.7 Jumlah Responden Berdasar Status.....	48
4.8 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
4.9 Penampilan Para Dokter .....	50
4.10 Penampilan Para Perawat .....	51
4.11 Kecepatan Dokter Dalam menangani Pasien.....	51
4.12 Kecepatan Perawat Dalam Menangani Pasien.....	52
4.13 Keahlian Dokter Dalam Menangani Pasien.....	53
4.14 Keramahan Para Dokter Dan Perawat .....	53
4.15 Kesesuaian Harga Dengan Pelayanan .....	54
4.16 Kesesuaian Harga Dengan Motivasi.....	55
4.17 Kesesuaian Harga Dengan Fasilitas Ruang Rawat Inap.....	55
4.18 Tempat Parkir Yang Luas.....	56
4.19 Lokasi Mudah Dijangkau Dengan Kendaraan Pribadi.....	57
4.20 Lokasi Mudah Dijangkau Dengan Kendaraan Umum.....	58

4.21	Pertimbangan Pelayanan.....	59
4.22	Pertimbangan Harga.....	59
4.23	Pertimbangan Lokasi.....	60
4.24	Urutan Pengaruh Var Independen Thd Var Dependen.....	61
4.25	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	61
4.26	Hasil Uji F Output SPSS.....	66
4.27	Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi.....	67



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan, harga dan lokasi terhadap motivasi pasien rawat inap. Populasi yang menjadi penelitian ini adalah pasien yang menjalani rawat inap di RSUD Nirmala Purbalingga, jumlah sample yang diambil sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner dan wawancara sehingga diperoleh data primer pasien, sedangkan data sekunder diperoleh dari pihak rumah sakit. Metode analisis yang digunakan adalah regresi berganda, Pengujian Hipotesis dengan Uji Secara Serentak atau Uji F dan Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial atau Uji t. Untuk memastikan bahwa data primer yang diperoleh berkualitas maka diuji validitas dan reliabilitasnya. Dar hasil perhitungan SPSS maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,571 X1 - 0,227 X2 + 0,258 X3$$

Dari persamaan diatas, pelayanan (X1) dan lokasi (X3) mempunyai pengaruh positif artinya semakin tinggi nilai pelayanan dan lokasi akan semakin tinggi pula nilai motivasinya. Sedangkan harga (X2) berpengaruh negative dengan motivasi artinya semakin tinggi harga menurut persepsi konsumen maka akan semakin rendah motivasi pasien.

Setelah dilakukan pengujian hipotesis secara serentak dan secara parsial, variable pelayanan, harga dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi.

## BAB I

### PENDAHULUAN

---

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi sekarang ini menyebabkan berbagai perubahan lingkungan baik itu lingkungan fisik, sosial, ekonomi, politik yang ditandai dengan kemajuan dibidang ilmu pengetahuan dan teknologi yang amat pesat. Kondisi ini berdampak pada pasar yang semakin terbuka dan persaingan yang semakin pesat, yang mana konsumen semakin kritis dan pandai memilih dan menilai suatu produk. Sehingga kualitas produk dan jasa yang dihasilkan oleh suatu organisasi sangat penting dan menentukan kelangsungan hidup organisasi. Demikian halnya dengan rumah sakit sebagai salah satu organisasi yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa kesehatan.

Rumah sakit selain sebagai institusi pelayanan jasa kesehatan juga mempunyai unsur-unsur sebagai pembangunan kesehatan yang diarahkan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta kualitas kehidupan, meningkatkan kesejahteraan keluarga dan masyarakat, mempertinggi derajat kesadaran masyarakat akan pentingnya hidup sehat, oleh karena itu pelayanan kesehatan yang terbaik wajib diusahakan dan diberi oleh rumah sakit kepada masyarakat tanpa perlakuan diskriminasi terutama bekerja untuk tujuan kemanusiaan, menghormati etika profesi dan etika rumah sakit.



Disisi lain, kebijakan otonomi daerah yang diberlakukan mulai Januari 2001 mempunyai pengaruh yang besar terhadap pengelolaan program pada sektor kesehatan, termasuk rumah sakit. Hal tersebut merubah paradigma dalam mengelola rumah sakit dan peran rumah sakit di masa datang. Perubahan tersebut diantaranya adalah rumah sakit harus memberikan subsidi secara konsisten kepada masyarakat miskin sebagai konsekuensi logis dari peran sosialnya. Dilain pihak terjadi pergeseran peran rumah sakit dari fungsi sosial menjadi ekonomik, dimana harus menjaga keseimbangan antara peran sosial dan ekonomi. Peran ekonomi yaitu untuk meningkatkan kemandirian dan pengembangan rumah sakit dimasa datang, sedangkan peran sosial untuk ikut serta pemerataan keadilan dalam bidang kesehatan. Padahal sejalan dengan perkembangan dalam ilmu kedokteran dan pola-pola penyakit yang terus berubah, ditambah dengan meningkatnya tuntutan akan pelayanan kesehatan yang canggih dan berkualitas menyebabkan biaya penyelenggaraan pelayanan kesehatan meningkat sehingga rumah sakit membutuhkan biaya investasi, operasional, dan perawatan yang semakin besar. Penilaian pasien terhadap kualitas pelayanan kesehatan sangat bervariasi, namun dalam kenyataannya tidaklah semudah yang diperkirakan, karena penilaian pasien bersifat subyektif, tiap orang tergantung latar belakang yang dimiliki ( sosial, ekonomi, tingkat pendidikan ) dapat juga memiliki penilaian yang berbeda meskipun sama-sama memanfaatkan satu macam pelayanan yang sama. Penilaian pasien yang kurang baik terhadap kualitas pelayanan kesehatan perlu menjadi perhatian pihak

manajemen rumah sakit, karena hal itu mencerminkan tingkat kepuasan pasien yang masih kurang terhadap kualitas pelayanan kesehatan yang dirasakan yang pada akhirnya dapat mengakibatkan penurunan kinerja rumah sakit.

Apalagi dalam masalah ini fokus konsumen rumah sakit adalah pasien rawat inap. Pada saat seseorang sakit dan oleh dokter disarankan untuk menjalani rawat inap, pasien tersebut akan memilih dan memutuskan dimana pasien tersebut akan menjalani rawat inap. Hal ini berkaitan dengan atribut-atribut yang ditawarkan pihak rumah sakit. Pertimbangan utama yang mempengaruhi motivasi pasien dalam memilih rumah sakit untuk menjalani rawat inap ialah menyangkut pelayanan yang diberikan pihak rumah sakit, harga yang ditawarkan dan lokasi rumah sakit

Usaha pihak manajemen rumah sakit dalam mengimplementasikan fungsi ekonomik dan mempengaruhi perilaku konsumen khususnya motivasi pasien rawat inap dalam memilih rumah sakit ialah dengan menerapkan strategi bauran pemasaran untuk produk jasa. Atribut-atribut dari bauran pemasaran yang digunakan pada penelitian ini adalah ;

1. Harga

Penetapan tarif yang didasarkan pada ongkos dokter, ruang rawat inap dan biaya obat-obatan

2. Lokasi

Menunjukkan dimana letak rumah sakit berada, kemudahan sarana transportasi untuk menuju lokasi baik menggunakan transportasi pribadi

maupun menggunakan transportasi umum dan ketersediaan tempat parkir kendaraan.

### 3. Pelayanan

Strategi pelayanan mencakup penampilan para dokter dan perawat, kecepatan dan kecakapan dalam menangani pasien rawat inap.

Dengan strategi bauran pemasaran yang diterapkan dan dengan atribut-atribut yang ditawarkan pihak rumah sakit, bisa mempengaruhi perilaku konsumen khususnya mempengaruhi motivasi konsumen dalam memilih rumah sakit NIRMALA untuk pasien rawat inap.

#### 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Dengan kondisi ini dan berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan dengan motivasi pasien rawat inap ?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dengan motivasi pasien rawat inap ?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi dengan motivasi pasien rawat inap ?
4. Apakah terdapat pengaruh bersama yang signifikan antara pelayanan, harga dan lokasi dengan motivasi pasien rawat inap ?

### 1.3 Batasan Masalah dan Asumsi

Penelitian dibatasi pada hal – hal sebagai berikut :

1. Responden yang menjadi obyek adalah pasien rawat inap Rumah Sakit Umum NIRMALA Purbalingga
2. Karakteristik konsumen ditetapkan sebanyak enam kriteria : Usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, status marital dan penghasilan.  
Atribut rumah sakit yang diteliti meliputi pelayanan, harga dan lokasi
3. Variabel pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kinerja pelayanan pihak rumah sakit yang diberikan kepada pasien rawat inap.
4. Variabel harga mencakup performen harga yang telah ditetapkan oleh pihak rumah sakit.
5. Variabel lokasi mencakup performen lokasi yang dimiliki RSU Nirmala Purbalingga.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh secara parsial dari pelayanan, lokasi dan harga terhadap motivasi pasien rawat inap.
  - Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kinerja pelayanan dengan motivasi pasien rawat inap ?
  - Apakah terdapat pengaruh yang signifikan performen harga dengan motivasi pasien rawat inap ?

- Apakah terdapat pengaruh yang signifikan performen lokasi dengan motivasi pasien rawat inap ?

2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh secara bersama dari pelayanan, lokasi dan harga terhadap motivasi pasien rawat inap.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan tidak saja memberikan manfaat kepada penulis, tetapi juga bagi pihak rumah sakit dan pihak lain.

#### a. Manfaat bagi penulis.

Penelitian ini merupakan kesempatan untuk mempraktekkan dan menerapkan secara langsung teori – teori yang didapat dan dipelajari oleh penulis selama kuliah dalam permasalahan yang terjadi sesungguhnya didunia usaha.

#### b. Manfaat bagi pihak rumah sakit.

Diharapkan dapat memberikan masukan pada pihak rumah sakit berupa gambaran tentang variabel-variabel apa yang memiliki pengaruh kuat atau signifikan terhadap motivasi pasien rawat inap. Selanjutnya dari gambaran yang diperoleh dapat kiranya dijadikan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan yang dianggap perlu berkaitan dengan pelayanan, harga dan lokasi.

c. Manfaat bagi pihak lain.

Sebagai bahan masukan atau referensi bagi pihak yang berkepentingan terhadap motivasi pembelian khususnya motivasi pembelian jasa rumah sakit pasien rawat inap.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

---

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang kaitanya dengan pembelian jasa dilakukan oleh Yeni Ekasti ( 2001 ) mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pengunjung untuk berobat di puskesmas Bangetayu dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden.

Pada penelitian ini dependen variabelnya adalah keputusan pengunjung dan independent variabelnya adalah pelayanan, harga dan lokasi. Hasil dari penelitian ini berdasarkan hasil regresinya yaitu  $Y = 3,093 + 0,226 X_1 + 0,361 X_2 + 0,173 X_3 + 0,052 X_4$  dan uji t pelayanan 2,214, fasilitas 2,902, harga 1,758 dan lokasi 0,15 menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pengunjung untuk berobat sedangkan variabel lokasi dan harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Untuk uji F diperoleh hasil 16,807 lebih besar dari F tabel.

Saran yang diberikan penulis kepada pihak puskesmas adalah perlu ditingkatkan kemampuan serta kualitas pegawai, penambahan fasilitas dan harga disesuaikan dengan fasilitas dan kualitas pelayanan.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Konsep Pemasaran

Menurut William J Stanton :

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan keinginan pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial.<sup>1</sup>

Philip Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai berikut :

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana masing-masing individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai bagi pihak lainnya.<sup>2</sup>

Hal ini menunjukkan bahwa pada dasarnya kegiatan pemasaran juga ditujukan bagi masyarakat yang menurut pemasar bakal menjadi pembeli produk perusahaan.

Menurut Basu Swastha dan Hani Handoko ( 1996 ) tiga unsur pokok dalam konsep pemasaran yaitu :

a. Orientasi pada konsumen

Perusahaan yang benar – benar memperhatikan konsumen haruslah :

1. Menentukan kebutuhan pokok ( *basic needs* ) dari pembeli yang akan dilayani dan dipenuhi.
2. Menentukan kelompok pembeli yang akan dijadikan sasaran pembelian.

---

<sup>1</sup> Basu Swastha DH., *Azas-azas Marketing*, Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta, 1984, hal. 10.

<sup>2</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Anaisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Volume Satu, Edisi Terjemahan Ketujuh, LPFE UI, Jakarta, 1993, hal. 13



3. Menentukan produk dan program pemasaran.
  4. Mengadakan penelitian konsumen untuk mengukur, menilai dan menafsirkan keinginan, sikap serta perilaku mereka.
  5. Menentukan dan melaksanakan strategi yang paling baik, apakah menitikberatkan pada mutu yang tinggi, harga yang murah atau model yang menarik.
- b. Penyusunan kegiatan pemasaran yang integral
- Pengintegrasian kegiatan pemasaran berarti setiap orang dan setiap bagian dalam perusahaan turut terlibat dalam suatu usaha yang terkoordinir untuk memberikan kepuasan konsumen, sehingga tujuan perusahaan dapat terealisasi. Selain itu harus terdapat penyesuaian dan koordinasi antara produk, maupun harga untuk menciptakan hubungan yang kuat dengan konsumen.
- c. Kepuasan konsumen
- Faktor yang menentukan apakah perusahaan dalam jangka panjang akan mendapatkan laba adalah besar kecilnya kepuasan konsumen dapat terpenuhi. Ini tidak berarti perusahaan harus berusaha memaksimalkan kepuasan konsumen, tetapi perusahaan harus mendapatkan laba dengan cara memberikan kepuasan pada konsumen.

### **2.2.2 Proses Keputusan Pembelian**

Proses pembelian konsumen melalui beberapa tahap, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca

pembelian. Konsumen mungkin melewati atau mengulangi tahap – tahap tertentu ( Kotler, 1994 ).

a. Pengenalan kebutuhan (*problem recognition*)

Proses pembelian dimulai ketika konsumen mengenal suatu masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaannya yang nyata dengan keadaan yang diharapkan. Kebutuhan dapat dipicu oleh rangsangan *internal* ketika salah satu kebutuhan normal seseorang seperti rasa lapar atau haus muncul pada tingkat yang cukup tinggi untuk menjadi dorongan. Suatu kebutuhan juga dapat dipicu oleh rangsangan *eksternal*. Pada tahap ini, orang pemasaran harus meneliti konsumen untuk menemukan jenis kebutuhan atau masalah apa yang akan muncul, apa yang memunculkan mereka, dan bagaimana kebutuhan atau masalah tadi mengarahkan konsumen pada produk tertentu.

b. Pencarian informasi (*information search*)

Seorang konsumen yang tergerak oleh stimuli akan berusaha untuk mencari informasi yang lebih banyak. Ada dua tingkatan, yaitu :

- Pencarian informasi yang lebih ringan, disebut perhatian yang memuncak konsumen lebih perhatian, pencariannya mengenai produk yang akan dibeli, konsumen lebih menerima terhadap informasi.
- Pencarian informasi aktif, konsumen mencari bahan bacaan, menelepon teman dan ikut serta dalam kegiatan lain untuk mempelajari produk yang akan dibeli.

c. Evaluasi alternatif (*evaluation*)

Konsumen memproses informasi mengenai merek yang bersaing dan membuat pertimbangan nilai terakhir konsumen dalam membuat pertimbangan produk sebagian besar secara standar.

d. Keputusan pembelian (*purchase decision*)

Setelah pencarian informasi dan evaluasi alternatif maka seorang konsumen sampai pada suatu langkah tertentu untuk membuat keputusan apakah ia akan melakukan pembelian atau tidak.

e. Perilaku setelah pembelian (*post-purchase behavior*)

Kepuasan pembeli merupakan fungsi seberapa dekat antara harapan pembeli produk tersebut dengan kinerja yang dirasakan dari penggunaan produk tersebut. Jika kinerja produk tersebut dibawah harapan maka pembeli itu akan merasa kecewa dan tidak puas, sebaliknya jika kinerja produk sesuai dengan harapan atau lebih maka pembeli akan merasa puas dan akan mempertimbangkan untuk melakukan pengulangan.

Dalam tahap keputusan pembelian, seorang konsumen akan menggunakan informasi tentang keunggulan-keunggulan suatu produk, atribut-atribut yang ditawarkan produk tersebut dan mempertimbangkan dengan alternative produk yang ada. Hal ini akan mempengaruhi perilaku konsumen khususnya mempengaruhi motivasi konsumen dalam memilih dan menggunakan suatu produk.

### 2.2.3 Perilaku Konsumen

Dalam buku Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen

karangan Basu Swastha DH. Dan T. Hani Handoko :

Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.<sup>3</sup>

Sedangkan James F. Engel, Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard :

perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan tersebut.<sup>4</sup>

### 2.2.4 Faktor-Faktor Ekstern Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor lingkungan ekstern yang timbul diberbagai lapisan masyarakat dimana ia dilahirkan dan dibesarkan, sehingga konsumen yang berasal dari lingkungan yang berbeda akan mempunyai penilaian, kebutuhan, pendapat, sikap dan selera yang berbeda-beda pula.

Faktor-faktor ekstern yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok social, kelompok referensi dan keluarga.

<sup>3</sup> Basu Swastha DH. Dan T. Hani Handoko, Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen, Penerbit Liberty, Yogyakarta, a1987, hal. 9.

<sup>4</sup> James F. Engel, Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard, *Perilaku Konsumen* , Jilid Satu, Edisi Terjemahan Keenam, Binarupa Aksara, Jakarta, 1994, hal. 3.

## 1. Kebudayaan

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang besar dalam tingkah laku manusia.

Manusia dengan kemampuan akal budaya telah mengembangkan berbagai macam sistem perilaku demi keperluan hidupnya dan berbagai macam sistem perilaku tersebut harus dibiasakan dengan belajar. Kebudayaan sifatnya sangat luas dan menyangkut segala aspek kehidupan manusia.

Adapun Stanton mendefinisikan kebudayaan sebagai berikut :

Kebudayaan adalah simbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur perilaku manusia dalam masyarakat yang ada.<sup>5</sup>

Dari definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku manusia sangat ditentukan oleh kebudayaan yang melengkapinya dan pengaruhnya akan selalu berubah setiap waktu sesuai dengan perkembangan jaman dari masyarakat tertentu.

## 2. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relative homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat dan tingkah laku yang sama.

## 3. Kelompok Sosial

---

<sup>5</sup> Basu Swastha DH. Dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku konsumen*, Liberty, Yogyakarta, 1987, hal. 59.

Setiap manusia sejak dilahirkan telah mempunyai dua keinginan yang menyebabkan mengapa ia hidup berkelompok di masyarakat yaitu keinginan untuk menjadi satu dan berinteraksi dengan manusia lain yang ada disekelilingnya, dan keinginan untuk menjadi satu dengan suasana alam sekelilingnya.

Kedua keinginan tersebut yang menimbulkan kelompok-kelompok sosial di dalam kehidupan manusia karena manusia tidak mungkin hidup sendiri. Kelompok sosial tersebut adalah kesatuan sosial yang menjadi tempat individu-individu berinteraksi satu sama lain karena hubungan diantara mereka.

#### 4 Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah kelompok sosial yang menjadi ukuran seseorang untuk membentuk kepribadian dan perilakunya. Kelompok referensi juga mempengaruhi perilaku seseorang dalam bertingkah laku. Jika ditinjau lebih jauh biasanya masing-masing kelompok mempunyai pelopor opini maupun norma kelompok yang dapat mempengaruhi anggota-anggotanya dalam membeli sesuatu.

Dalam hal ini manajer pemasaran perlu mengetahui siapa yang menjadi pelopor opini dari suatu kelompok yang bersangkutan sedangkan pelopor opini kelompok dapat menjadi pengikut opini dalam kelompok yang lain dan jika tidak terjadi interaksi langsung antara kelompok referensi dengan individu, maka

pemasaran perusahaan dapat menafsirkan kelompok referensi untuk mempengaruhi konsume

---

## 5 Keluarga

Peran keluarga dalam keputusan pembelian mempunyai pengaruh yang sangat besar. Selain itu keluarga juga memainkan peran dalam pembentukan sikap dan perilaku manusia sehingga manajer pemasaran harus mampu mempelajari perilaku anggota keluarga, terutama dalam melakukan pembelian barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya.

Istilah “keluarga” dipergunakan untuk menggambarkan berbagai macam bentuk rumah tangga. Macam-macam bentuk keluarga adalah :

- a. Keluarga inti (*nuclear family*) menunjukkan lingkup keluarga yang meliputi ayah, ibu, dan anak-anak yang hidup bersama.
- b. Keluarga besar (*extended family*), yaitu keluarga inti ditambah dengan orang-orang yang memiliki ikatan saudara dengan keluarga tersebut, seperti kakek, nenek, paman, bibi dan menantu.

### 2.2.5 Faktor-Faktor Intern Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Faktor-faktor intern yang mempengaruhi perilaku konsumen seperti : motivasi, pengamatan, belajar, konsep diri dan kepribadian serta sikap.

### 1. Motivasi

“Motivasi merupakan keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan”.<sup>6</sup> Motivasi yang ada dalam diri seseorang akan mewujudkan suatu tingkah laku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan.

### 2. Pengamatan

“Pengamatan adalah suatu proses dengan mana konsumen (manusia) menyadari atau menginterpretasikan aspek lingkungannya atau dapat dikatakan sebagai proses penerimaan dan adanya rangsangan (stimulasi) dalam lingkungan intern dan ekstern, sehingga pengamatan bersifat aktif”.<sup>7</sup> Terjadinya pengamatan dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu dan sikap sekarang dari individu.

### 3. Belajar

“Belajar dapat didefinisikan sebagai perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil akibat dari pengalaman”.<sup>8</sup> Hasil dari proses belajar adalah perubahan psikologis yang akhirnya akan mengubah perilaku seseorang.

Dalam kaitannya dengan perilaku konsumen, proses belajar akan menjadi pengalaman dan akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian di masa yang akan datang. Pembeli yang tidak mendapatkan kepuasan

---

<sup>6</sup> *Ibid*, hal. 75.

<sup>7</sup> *Ibid*, hal. 81.

<sup>8</sup> *Op. Cit.*, hal. 84.



yang diharapkan kemungkinan akan beralih pada produk lain yang mampu memberikan kepuasan.

#### 4. Kepribadian dan Konsep Diri

Setiap orang mempunyai kepribadian yang berbeda yang akan mempengaruhi perilaku pembeli. Pengertian dari kepribadian adalah :

Ciri-ciri psikologis yang membedakan seseorang, yang menyebabkan terjadinya jawaban yang secara relatif tetap dan bertahan lama terhadap lingkungannya.<sup>9</sup>

Faktor lain yang menentukan perilaku konsumen adalah konsep diri (*self-concept*). Konsep diri didefinisikan oleh Theodore M. New Combe dalam bukunya "*Social Psikology*", sebagai :

Individu yang diterima oleh individu itu sendiri dalam kerangka kehidupannya dalam suatu masyarakat yang menentukan.<sup>10</sup>

Konsep diri ini tidak dibatasi oleh keinginan fisik, tetapi juga kekuatan kejujuran, rasa humor, keadilan, kejahatan dan kesejahteraan.

#### 5. Sikap

Sikap atau *attitude* seseorang adalah predisposisi (keadaan mudah terpengaruh) untuk memberikan tanggapan terhadap rangsangan lingkungan yang dapat memulai atau membimbing tingkah laku seseorang.

Sikap merupakan hasil dari faktor genetis dan proses belajar selalu berhubungan dengan suatu obyek atau produk. Sikap biasanya memberikan

<sup>9</sup> Philip Kotler, *Op. Cit.*, hal. 159.

<sup>10</sup> Basu Swastha dan T. Hani Handoko, *Op. Cit.*, hal. 89.

penilaian terhadap obyek atau produk yang dihadapinya. Definisi sikap menurut James F. Engel dengan kutipan :

Sikap berarti keadaan jiwa (mental) dan keadaan pikir (neural) yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu obyek yang diorganisir melalui pengalaman serta mempengaruhi secara langsung dan atau secara dinamis pada perilaku.<sup>11</sup>

Sikap ini dilakukan konsumen berdasarkan pandangannya terhadap produk dan proses belajar baik dari pengalaman ataupun dari yang lain. Sikap konsumen bisa merupakan sikap positif maupun negatif terhadap produk-produk tertentu.

#### **2.2.6 Motivasi**

Motivasi merupakan keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. Motivasi yang ada dalam diri seseorang akan mewujudkan suatu tingkah laku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan.

Menurut David L. London dan Albert J. Dellaberta dalam Basu Swastha (1997), motif pembelian konsumen dapat dibedakan menjadi :

- a. Motif pembelian primer dan motif pembelian sekunder
  - 1. Motif pembelian primer adalah motif yang menimbulkan perilaku terhadap kategori – kategori umum atau biasa pada suatu produk, seperti pembelian radio atau pakaian. Contoh keinginan ini antara lain

---

<sup>11</sup> Ibid., hal. 92.

keinginan untuk menikmati kesenangan, motif ingin tahu dan kebutuhan berafiliasi dengan orang lain

2. Motif pembelian sekunder adalah motif yang mempengaruhi keputusan tentang model dan merek dari kelas – kelas produk atau macam penjual yang dipilih untuk suatu pembelian. Contoh dari motif ini antara lain adalah motif ekonomi, status, keamanan dan prestasi.

**b Motif rasional dan motif emosional**

1. Motif rasional adalah motif yang didasarkan pada kenyataan – kenyataan seperti ditentukan oleh suatu produk kepada konsumen. Faktor – faktor yang dapat dipertimbangkan dapat berupa faktor ekonomi seperti faktor penawaran permintaan harga. Selain itu, kualitas, pelayanan, ukuran, ketersediaan barang, efisiensi dalam penggunaan, keawctan, dapat dipercaya dan keterbatasan waktu yang ada pada konsumen.
2. Motif emosional adalah motif pembelian yang berkaitan dengan perasaan atau emosi individu seperti pengungkapan rasa cinta, kebanggaan, kenyamanan, kepraktisan, kesehatan maupun keamanan.

Secara sederhana variabel-variabel perilaku konsumen dapat dibagi dalam tiga bagian :

- a. Faktor-faktor ekstern yang mempengaruhi perilaku konsumen, terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, kelompok referensi serta keluarga.
- b. Faktor-faktor individu atau intern yang menentukan perilaku, terdiri dari motivasi, pengamatan, belajar, kepribadian dan konsep diri, dan sikap dari individu.
- c. Proses pengambilan keputusan konsumen terdiri dari lima tahap yaitu : menganalisa keinginan dan kebutuhan, pencarian informasi dan penilaian sumber-sumber, penilaian dan seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan untuk membeli, perilaku sesudah pembelian.

#### **2.2.7 Definisi Jasa**

Menurut Kotler ( 1994 ) jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* ( tidak berwujud fisik ) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Jasa atau pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan , tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut ( J. Supranto, 2001 ).

### 2.2.8 Strategi Bauran Pemasaran Untuk Jasa

Keunikan karakteristik jasa seperti tidak berujud, tidak terpisahkan, keanekaragaman dan tidak tahan lama membuat pemasar lebih tertantang. Elemen-elemen dari bauran pemasaran yaitu produk, pelayanan, distribusi, harga, perlu disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan khusus yang diciptakan melalui karakteristik ini.

#### 1. Produk

Pengembangan dari strategi produk dalam pemasaran jasa membutuhkan perencanaan yang terfokus pada proses jasa. Tiga jenis proses yang terjadi ialah :

- Proses manusia ( people process ), terjadi ketika jasa tersebut ditujukan pada konsumen, contoh dalam jasa transportasi dan jasa kesehatan
- Proses kepemilikan, terjadi ketika jasa tersebut ditujukan pada kepemilikan konsumsi
- Proses informasi melibatkan penggunaan teknologi, pengalaman dan keterlibatan konsumen.

#### 2. pelayanan

Pelayanan memiliki hubungan yang erat bagi kepuasan pelanggan. Pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan kebutuhan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan

pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan pelayanan yang memuaskan.

### 3. Strategi distribusi (lokasi )

Strategi distribusi untuk organisasi jasa harus difokuskan pada hal-hal seperti kemudahan, lokasi dan penjadualan. Faktor kunci yang mempengaruhi pemilihan penyediaan jasa adalah kemudahan. Oleh karenanya perusahaan jasa harus menawarkan kemudahan.

### 4. Harga

Suatu nilai yang dinyatakan dalam rupiah atau sejumlah pengorbanan berupa uang dapat diartikan sebagai harga beli yang berlaku bagi konsumen. Pertimbangan dalam memberikan harga suatu jasa sangat teliti dan hati-hati, karena karakteristik jasa yang unik.

Tiga kategori penentuan harga :

- Penentuan harga yang berorientasi pada pendapatan  
Focus pada bagaimana memaksimalkan penghasilan melebihi biaya.  
Keterbatasan pendekatan ini dimana penentuan biaya sulit diterapkan bagi beberapa jasa

- Penentuan harga yang berorientasi pada operasi

Mencoba mencari keseimbangan antara penawaran dengan permintaan

melalui harga yang berbeda.

- Penentuan harga yang berorientasi pada pelanggan

Mencoba memaksimalkan jumlah konsumen yang menggunakan jasa.

Dengan demikian harga menjadi berbeda tergantung pada kemampuan

segmen pasar untuk membayar.

### 2.3 Kerangka Teoritis

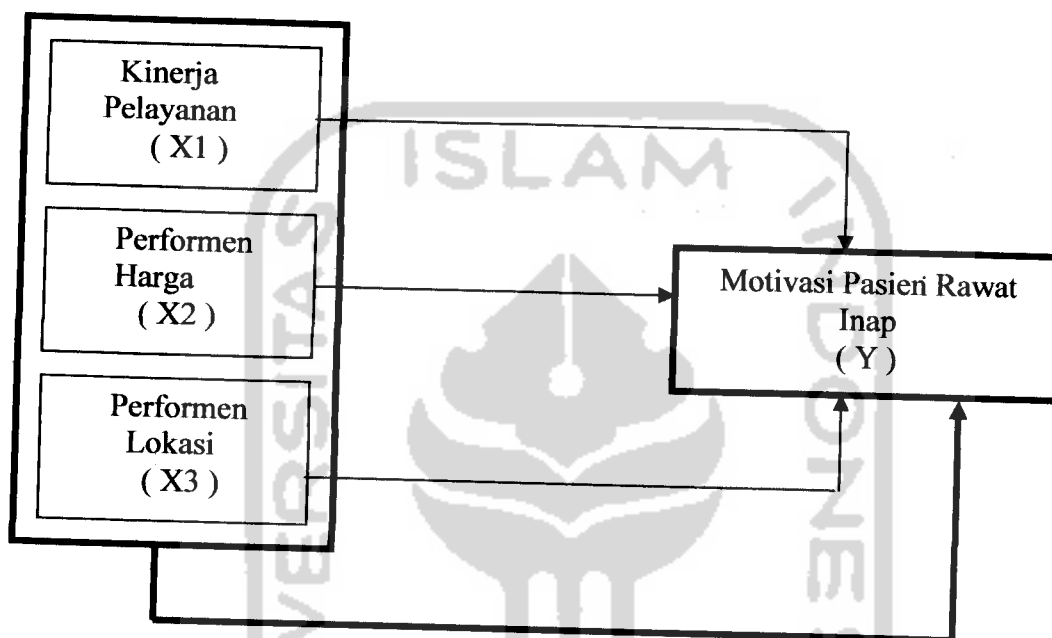
Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, rumah sakit sebagai institusi penyedia jasa layanan kesehatan harus mengetahui dan memahami perilaku pasien didalam pembelian jasa kesehatan. Maka perlu diadakan penelitian mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi motivasi pasien dan apakah sudah dipenuhinya.

Kerangka teoritis ini terbentuk dari strategi bauran pemasaran jasa yang digunakan, yang terdiri tiga atribut produk jasa tersebut.

Ada empat unsur yang menjadi acuan dalam penelitian ini yang dapat dilihat pada gambar 2.3.1

**Gambar 2.3.1**

**Kerangka Teoritis**

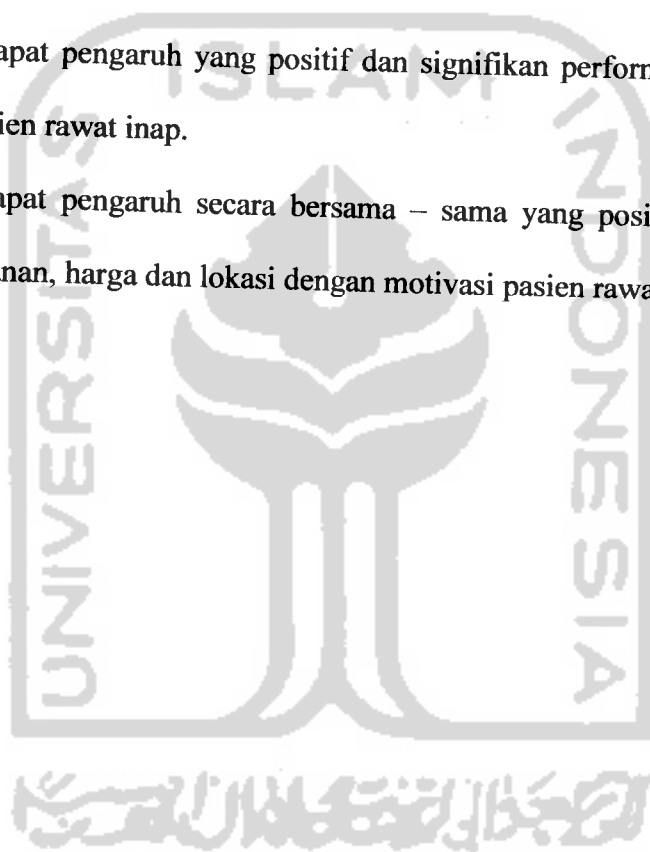




## 2.4 Formulasi Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini adalah :

- a. Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kinerja pelayanan dengan motivasi pasien rawat inap.
- b. Diduga terdapat pengaruh yang negatif dan signifikan performen harga dengan motivasi pasien rawat inap.
- c. Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan performen lokasi dengan motivasi pasien rawat inap.
- d. Diduga terdapat pengaruh secara bersama – sama yang positif dan signifikan antara pelayanan, harga dan lokasi dengan motivasi pasien rawat inap.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

---

#### 3.1 Lokasi Penelitian

Rumah Sakit Umum Nirmala adalah salah Satu rumah sakit swasta yang ada di Kabupaten Purbalingga. RSU Nirmala pada awalnya berdiri pada tahun 1994 dan mulai beroperasi menyelenggarakan pelayanan kesehatan pada tanggal 26 Mei 1995. RSU Nirmala terletak di Jl. Letnan Yusuf, Purbalingga, tepatnya sebelah utara terminal Purbalingga. Rsu Nirmala dari awalnya telah memberikan pelayanan ruang perawatan dengan 70 tempat tidur, ruang operasi, laboratorium radiology, instalasi farmasi, fisioterapi dan kegiatan administrasi.

Pengelolaan Rsu Nirmala dibawah Yayasan Kartika Husada Purbalingga yang diketuai oleh R.M. Sudjarwo, BA. Pada awal berdirinya, RSU Nirmala Purbalingga dipimpin oleh Dr. Banardi, yang kemudian digantikan oleh Dr. Sutjipto pada tahun 1996 hingga sekarang.

##### 3.1.1 Visi dan misi Rumah Sakit Nirmala Purbalingga

Visi :

1. Kepuasan pelanggan sebagai salah satu tujuan pelayanan.
2. Kesejahteraan bagi semua pihak yang terkait dalam karya pelayanan RSU Nirmala.

Misi :

1. Mengabdikan pada masyarakat dalam pelayanan.
2. Kesehatan yang bermutu dan profesional serta terjangkau bagi Masyarakat Purbalingga dan sekitarnya.

### 3.1.2 Struktur organisasi

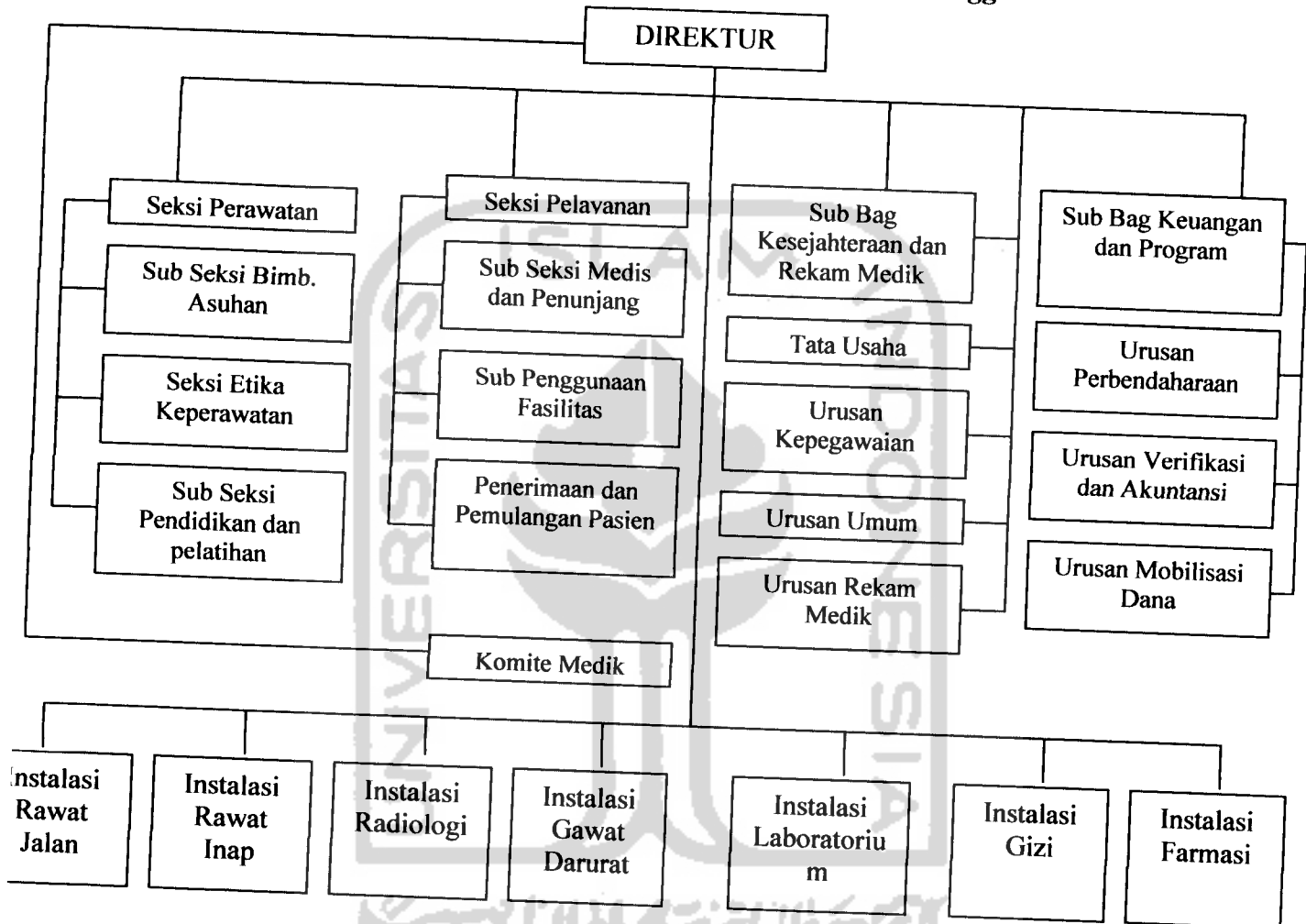
Sebagai organisasi sektor public yang bergerak dibidang pelayanan kesehatan maka Rumah Sakit Umum Nirmala Purbalingga harus mengacu pada peraturan yang digariskan oleh Departemen Kesehatan RI, termasuk dalam struktur Organisasinya.

Struktur organisasi Rumah Sakit Umum Nirmala Purbalingga dapat dilihat pada gambar 3.1 dibawah ini.



Gambar 3.1

## Struktur Organisasi RSU Nirmala Purbalingga



Sumber : RSU Nirmala Purbalingga

### 3.1.3 Direksi Rumah Sakit Umum Nirmala Purbalingga

Direktur : Dr. Sutjipto

Seksi Pelayanan : Dr. Yayan Gunawan

Seksi Perawatan : Toeminah

Subag Sekretariat Dan RM : Setim, SE

Subag Keuangan Dan Program : Dr. Djoni Setiawan

#### **Komite Medik**

Ketua : Dr. H. Sahid Hidayat, Sp.PD

#### **Satuan Medik Fungsional**

Bedah : Dr. Amry Triono

Penyakit Dalam : Dr. H. Sahid Hidayat, Sp.PD

Penyakit Anak : Dr. F.X. Sardjono Mulyono, Sp.A

Penyakit Kebidanan Dan Kandungan : Dr. Yosep Supriyono, Sp.OG

### 3.1.4 Bidang Pelayanan

Pelayanan rawat jalan terdiri dari :

1. Instalasi Gawat Darurat ( 24 jam )
2. Instalasi Farmasi
3. Klinik Spesialis
4. Klinik Umum
5. Klinik Ibu dan Anak

6. Klinik Gizi

7. Klinik Rehabilitasi Medik

Pelayanan rawat inap Terdiri dari :

1. R. Perawatan Anggrek : 12 Tempat tidur
2. R. Perawatan Dahlia : 21 Tempat tidur
3. R. Perawatan Cempaka : 11 Tempat tidur
4. R. Perawatan Melati : 10 Tempat tidur
5. R. Perawatan Bakung : 14 Tempat tidur
6. R. Perawatan Intensif : 5 tempat tidur

Pelayanan medis terdiri dari :

1. Pelayanan Rawat Darurat
2. Pelayanan Rawat Inap
3. Pelayanan Rawat Jalan
4. Pelayanan Pemeliharaan Kesehatan
5. Pelayanan Askes

Pelayanan Penunjang terdiri dari :

1. Laboratorium
2. Instalasi Farmasi
3. Radiologi
4. Ultrasonografi
5. Rehabilitasi Medik

6. Pelayanan Gizi

7. Kamar Jenazah

### 3.2 Variabel Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka dan formulasi hipotesis maka identifikasi dari variabel penelitian ini adalah :

#### 1. Variabel bebas ( Variabel Independen )

Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari pelayanan, harga dan lokasi rumah sakit.

#### 2. Variabel Terikat ( Variabel Dependen )

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah motivasi pembelian atau motivasi pasien untuk rawat inap di rumah sakit.

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

#### 3.3.1 Variabel bebas ( Variabel Independen )

##### 1. Pelayanan

Indikatornya adalah :

- Kesopanan dan keramahan tenaga medis dan karyawan
- Penampilan tenaga medis dan karyawan
- Kecepatan pelayanan dan kecakapan tenaga medis dan karyawan

##### 2. Harga

Indikatornya adalah :

- Tarif yang ditetapkan cukup terjangkau

- Tarif yang ditetapkan sesuai dengan kualitas yang diberikan
- Tarif yang ditetapkan dapat bersaing dengan rumah sakit lain

### 3. Lokasi

Indikatornya adalah :

- Keamanan lingkungan
- Kemudahan sarana transportasi
- Kedekatan lokasi dengan tempat tinggal pengunjung

#### 3.3.2 Variabel Terikat (Variabel Dependen )

Variabel terikat dalam penelitian ini diukur berdasar indikator :

- Motivasi pasien rawat inap dalam menggunakan jasa karena pertimbangan pelayanan yang diberikan.
- Motivasi pasien rawat inap dalam menggunakan jasa karena pertimbangan harga.
- Motivasi pasien rawat inap dalam menggunakan jasa karena pertimbangan lokasi yang diberikan.

### 3.4 Instrumen Penelitian

#### Uji Validitas

Uji validitas merupakan proses pengukuran untuk menguji kecermatan butir-butir dalam daftar pertanyaan untuk melakukan fungsi ukurnya, dimana pengujian dilakukan dengan mengkorelasikan skor pada masing-masing item dengan skor totalnya kemudian diolah dengan bantuan



program SPSS 12.0. Untuk menghitung koefisien korelasi digunakan metode korelasi Pearson yang rumusnya adalah :

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

dimana :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antar butir (x) dengan skor variabel (y)

n = jumlah responden yang diuji coba

$\sum x$  = jumlah skor butir (X)

$\sum y$  = jumlah skor variabel (Y)

$\sum x^2$  = jumlah skor butir (X) kuadrat

#### Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu proses pengukuran yang mengacu pada derajat ketepatan, ketelitian dan akurasi yang ditunjukkan oleh instrumen penelitian. Uji ini menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Pengujian reliabilitas terhadap daftar pertanyaan dilaksanakan dengan menggunakan program SPSS 12.0.

Uji reliabilitas atas setiap pertanyaan angket dilakukan dengan menggunakan metode Alpha dengan rumus sebagai berikut :

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \cdot \left[ 1 - \frac{\sum S_j^2}{S_x^2} \right]$$

dimana :

$k$  = banyaknya belahan tes

$s_j^2$  = varians belahan  $j$  ;  $j : 1, 2, \dots k$

$s_x^2$  = varians skor tes

### 3.5 Data dan teknik Pengumpulan Data

#### 3.5.1 Data

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dengan sumber datanya adalah data primer dan data sekunder.

Adapun sumber data yang diperlukan adalah sebagai berikut :

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan cara penyebaran kuisioner atau angket pertanyaan

##### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung informasi baik dari sisi karyawan maupun pihak manajemen yang bermanfaat untuk membantu penelitian. Data ini dapat berupa tabel – tabel maupun laporan dari pihak rumah sakit juga yang berasal dari surat kabar, majalah atau dari sumber data lainnya.

### 3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

#### 1. Pengamatan (*Observation*)

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan mengambil dan mencatat secara sistematis fenomena – fenomena yang diselidiki.

#### 2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadapan – hadapan secara fisik, yang merupakan alat informasi langsung tentang beberapa jenis alat sosial baik yang terpendam maupun yang manifest.

#### 3. angket / kuesioner (*Questionnaire*)

Kuisisioner adalah mengajukan data dengan cara mengajukan daftar pertanyaan secara tertulis dan bersifat terbuka, yang sebelumnya dibuta daftar pertanyaan sesuai dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini.

#### 4. Skala Likert

Skala yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan pada setiap butir yang menggunakan produk atau jasa. Dalam hal ini digunakan skala 5 tingkat. Untuk skor jawaban adalah sebagai berikut :

- Skor 5 diberikan untuk jawaban A
- Skor 4 diberikan untuk jawaban B
- Skor 3 diberikan untuk jawaban C

- Skor 2 diberikan untuk jawaban D
- Skor 1 diberikan untuk jawaban E

### 3.6 Populasi dan Sampel

#### 3.6.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap RSU Nirmala Purbalingga.

#### 3.6.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil atau ditentukan berdasarkan karakteristik tertentu dan dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi. Penelitian ini menggunakan metode sampel quota, yaitu metode pengambilan sampel dengan memilih responden atas karakteristik tertentu yang menggambarkan proporsi populasi. Untuk menentukan besar sampel yang akan diteliti merujuk pada rumus :

$$n = \frac{1}{4} \left( \frac{Z^{1/2} \alpha}{E} \right)^2$$

Dimana :

- n : besarnya sampel
- $Z^{1/2} \alpha$  : batas luar daerah
- E : standar deviasi

Dengan mengetahui taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5%,  $Z_{1/2\alpha} = 1,96$  dan standar deviasi (E) tidak lebih dari 0,1 maka sampel dapat dihitung :

$$n = \frac{1}{4} \left( \frac{Z_{1/2\alpha}}{E} \right)^2$$

$$n = 0,25 \left( \frac{1,96}{0,1} \right)^2$$

$$= 96,04 \rightarrow \text{pembulatan angka} = 100$$

Maka berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel adalah 100 responden

### 3.7 Alat Analisis

#### 3.7.1 Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif merupakan interpretasi terhadap hasil penelitian dan pengolahan data dengan memberi penjelasan dan keterangan. Analisis ini tidak hanya memperhatikan aspek-aspek hasil penelitian, tetapi juga memperhatikan aspek-aspek lain meskipun bukan bersifat matematis hasil perhitungan statistik tetapi dapat membantu analisis kualitatif ini. Analisis kualitatif merupakan pembahasan hasil penelitian.

### 3.7.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisa data yang berdasarkan perhitungan angka dengan menggunakan rumus-rumus yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Analisis yang dilakukan adalah :

#### a. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang positif antara variabel independen ( $X_1, X_2, X_3$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ )

Model regresi adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana :

$Y$  : variabel dependent

$a$  : konstanta

$b$  : koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau angka penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen

$X$  : variabel independen

#### b. Pengujian Hipotesis dengan Uji Secara Serentak atau Uji F

##### 1) Membuat formulasi hipotesis

$$H_0 : b_1=b_2=b_3=0$$

Tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independent (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependent (Y).

**Ha :  $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$**

Ada pengaruh yang signifikan dari variabel independent (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependent (Y).

- 2) Menentukan level signifikansi dengan F-tabel.
- 3) Mencari F-hitung dengan rumus :

$$F\text{-hitung} = \frac{R^2 / (k-1)}{(1-R^2) / (n-k)}$$

- 4) Mengambil Keputusan

Jika F-hitung < F-tabel, maka Ho diterima

Jika F-hitung > F-tabel, maka Ha diterima

c. Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial atau Uji t

- 1) Membuat formulasi hipotesis

**Ho :  $b_1 = 0$  (hipotesis nihil)**

Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y).

**Ha :  $b_1 \neq 0$  (hipotesis alternatif)**

Artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y).

- 2) Menentukan level signifikansi dengan menggunakan t-tabel

3) Menghitung nilai t- statistik dengan rumus :

$$t_h = \frac{r \sqrt{y_2 - 1 / 1 - 2} \sqrt{n - 1 - k}}{\sqrt{1 - r^2} \sqrt{y_2 - 1 / y_1 - 2}}$$

4) Mengambil Keputusan

Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  diterima

Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_a$  diterima

d. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Digunakan untuk mengetahui kuatnya pengaruh antara semua variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y). Rumus yang digunakan adalah :

$$R^2 = \frac{n (b_{1.23} \sum X_1 + b_{12.3} \sum X_1.X_2 + b_{13.2} \sum X_1.X_3) - (\sum X_1)^2}{n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2}$$

Nilai  $R^2$  (koefisien determinasi) terletak antara 0 dan 1. Jika nilai  $R^2=1$  berarti 100 persen total variasi variabel dependent diterangkan oleh variabel independent. Jika  $R^2=0$  berarti tidak ada variasi Y yang diterangkan oleh  $X_1, X_2, X_3$



## BAB IV

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Instrumen Penelitian

##### 4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan proses pengukuran untuk menguji kecermatan butir-butir dalam daftar pertanyaan untuk melakukan fungsi ukurnya, dimana pengujian dilakukan dengan mengkorelasikan skor pada masing-masing item dengan skor totalnya kemudian diolah dengan bantuan program SPSS 12.0.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara memperbandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk degree of freedom ( $df$ ) =  $n - k$  dengan alpha 0,05, jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilainya positif maka butir pertanyaan itu dikatakan valid. Dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS maka menghasilkan nilai seperti tersebut dibawah ini yang dilihat pada correlations (lampiran III).

Tabel 4.1  
Nilai Validitas

Variabel	Butir pertanyaan	$r$ tabel	Nilai	Validitas
1.Pelayanan	X1	0.199	0.758	Valid
	X2	0.199	0.738	Valid
	X3	0.199	0.687	Valid

	X4	0.199	0.810	Valid
	X5	0.199	0.820	Valid
	X6	0.199	0.723	Valid
2.Harga	X7	0.199	0.872	Valid
	X8	0.199	0.780	Valid
	X9	0.199	0.839	Valid
3.Lokasi	X10	0.199	0.837	Valid
	X11	0.199	0.827	Valid
	X12	0.199	0.822	Valid
4.Motivasi	X13	0.199	0.728	Valid
	X14	0.199	0.736	Valid
	X15	0.199	0.657	Valid

Sumber : data primer yang diolah

Dari hasil output perhitungan SPSS (lampiran ) dapat diketahui bahwa r hitung masing- masing butir pertanyaan lebih besar dari r table yaitu dengan degree of freedom  $df = n - k = 100 - 4 = 96$  dengan alpha 0,05 adalah 0,199. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan pada kuisisioner tersebut sah atau valid.

#### 4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari suatu variable. Suatu kuisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu *repeated measure* dan *one shoot*. Dalam penelitian ini menggunakan cara *one shoot* atau pengukuran sekali saja, disini pengukuran hanya dilakukan sekali kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban dan diolah menggunakan program SPSS 12.0. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic *Cronbach Alpha*. Suatu variable dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0.60$  (numally 1969, dalam Imam Ghozali hlm 133 ). Nilai reliabilitas dapat dapat dilihat pada table 4.2

Tabel 4.2

Hasil perhitungan reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Reliabilitas ( $>0.60$ )
Pelayanan	0.849	Reliabel
Harga	0.803	Reliabel
Lokasi	0.767	Reliabel
Motivasi	0.629	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan hasil pengolahan data (lampiran III ) yang terangkum pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pertanyaan dalam kuisisioner dapat dinyatakan reliable karena nilai alphanya lebih besar dari 0,6 ((Nunnally,1969) dalam Imam Ghozali.hlm. 133).

## 4.2 Karakteristik Responden

Responden yang menjadi objek penelitian adalah para pasien rawat inap Rumah Sakit Umum Nirmala Purbalingga. Berdasarkan data yang diperoleh dari kuisisioner yang telah disebar kepada responden dapat diketahui identitas responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, status dan penghasilan.

### 4.2.1 Jumlah Responden Berdasarkan usia

Informasi mengenai responden berdasarkan usia sangat penting untuk diketahui karena perbedaan usia responden dapat mempengaruhi pola perilaku responden terhadap motivasi dalam memilih rumah sakit untuk pengobatan rawat inap.

Tabel 4.3

Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Prosentase
Kurang dari 20 tahun	15	15%
20 - 50 tahun	61	61%
Lebih dari 50 tahun	24	24%
total	100	100%

Dari table 4.3 dapat diketahui bahwa jumlah responden terbanyak adalah responden yang berusia 20 – 50 tahun yaitu sebanyak 61% responden. Hal ini menunjukkan bahwa RSUD Nirmala Purbalingga Lebih banyak dipilih oleh pasien yang berusia 20 – 50 tahun.

#### 4.2.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Keamin

Mengetahui responden berdasarkan jenis kelamin adalah penting bagi pihak rumah sakit, karena ada perbedaan motivasi antara pasien perempuan dengan pasien laki- laki.

Tabel 4.4

Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Laki - laki	42	42%
Perempuan	58	58%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer Yang diolah

Dari table 4.4 dapat diketahui bahwa jumlah responden terbanyak adalah perempuan yaitu sebanyak 58% responden dan sisanya adalah responden laki- laki sebanyak 42% responden. Hasil ini menunjukkan bahwa rumah sakit Nirmala lebih banyak dipilih oleh pasien perempuan.

#### 4.2.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan

Tingkat pendidikan yang dimaksud adalah pendidikan terakhir yang dijalani oleh responden. Informasi Tentang tingkat pendidikan penting karena semakin tinggi tingkat pendidikan responden akan semakin tinggi pula pengetahuanya dan hal ini akan berpengaruh terhadap motivasi dalam memilih rumah sakit untuk rawat inap.

Tabel 4.5

Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	prosentase
Tidak Sekolah	3	3%
SD – SMU/SMK	75	75%
Diploma(D1,D2,D3) – Sarjana(S1 dan yang di atasnya	22	22%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Dari table 4.5 dapat diketahui bahwa jumlah responden terbanyak adalah dengan pendidikan terakhir SD- SMU/SMK yaitu sebanyak 75% responden.

#### 4.2.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis pekerjaan yang dimiliki oleh responden biasanya membentuk suatu pola perilaku tersendiri dalam kehidupan sehari- hari bahkan akan membentuk suatu kelas social tertentu didalam lingkunganya. Hal ini akan mempengaruhi motivasi dalam memilih rumah sakit.

Tabel 4.6

## Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	prosentase
Pelajar/mahasiswa	26	26%
wiraswasta	42	42%
PNS	11	11%
Petani	21	21%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Dari table 4.6 dapat diketahui bahwa jumlah responden terbanyak adalah responden dengan pekerjaan wiraswasta yaitu sebanyak 42 %responden.

## 4.2.5 Jumlah Responden Berdasarkan Status

Informasi status responden juga penting, karena akan mempengaruhi motivasi seseorang dalam memilih rumah sakit.

Tabel 4.7

## Jumlah Responden Berdasarkan Status

Status	Jumlah	prosentase
Belum menikah	30	30%
Menikah	70	70%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Dari table 4.7 diketahui bahwa responden terbanyak berdasarkan status adalah responden yang sudah menikah.

#### 4.2.6 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan

Tingkat pendapatan responden penting untuk diketahui karena semakin tinggi pendapatannya akan semakin mampu seseorang untuk membeli sebuah produk dan ini akan berpengaruh terhadap motivasinya dalam memilih sebuah rumah sakit.

Tabel 4.8  
Jumlah responden berdasarkan pendapatan

Pendapatan	Jumlah	prosentase
Kurang dari Rp500.000	19	19%
Rp500.000 – Rp1.000.000	40	40%
Rp1.001.000 - Rp1.500.000	25	25%
Lebih dari Rp 1.500.000	16	16%
total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Dari table 4.8 diketahui bahwa jumlah responden terbanyak adalah pasien dengan pendapatan Rp500.000 – Rp1.000.000 yaitu sebanyak 40% responden dan yang paling sedikit adalah pasien dengan pendapatan lebih dari Rp1.500.000 sebanyak 16% responden.



### 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh tanggapan responden tentang variable pelayanan, harga dan lokasi terhadap motivasi pasien rawat inap RSUD Nirmala Purbalingga.

#### 4.3.1 Tanggapan Terhadap Variabel Pelayanan

Perusahaan jasa adalah perusahaan yang menawarkan sejumlah pelayanan, demikian halnya rumah sakit. Maka kualitas pelayanan adalah factor yang penting untuk menarik pasien berobat dirumah sakit tersebut. Dalam penelitian ini indicator yang digunakan untuk mengukur variable pelayanan adalah penampilan para dokter, penampilan para perawat, kecepatan dokter dalam menangani pasien, kecepatan perawat dalam menangani pasien, keahlian dokter dan keramahan dokter dan perawat.

Tabel 4.9  
Penampilan para dokter

Jawaban	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
A	5	13	65	13%
B	4	55	220	55%
C	3	32	96	32%
D	2	0	0	0
E	1	0	0	0
Jumlah			381	100 %
Rata-Rata			3,81	

Dari hasil kali antara bobot dengan jumlah responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,81. Nilai ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden menyatakan bahwa penampilan para dokter sudah rapi.

Tabel 4.10  
Penampilan para perawat

Jawaban	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
A	5	19	95	19%
B	4	60	240	60%
C	3	21	63	21%
D	2	0	0	0
E	1	0	0	0
Jumlah			398	100 %
Rata-Rata			3,98	

Dari hasil kali antara bobot dengan jumlah responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,98. Nilai ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden menyatakan bahwa penampilan para perawat sudah rapi.

Tabel 4.11  
Kecepatan dokter dlm menangani pasien

Jawaban	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
A	5	23	115	23%
B	4	62	248	62%
C	3	15	45	15%
D	2	0	0	0
E	1	0	0	0

Jumlah	408	100 %
Rata-Rata	4,08	

Dari hasil kali antara bobot dengan jumlah responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,08. Nilai ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden menyatakan bahwa kecepatan dokter dalam menangani pasien sudah baik.

Tabel 4.12  
Kecepatan perawat dalam menangani pasien

Jawaban	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
A	5	16	80	16%
B	4	51	204	51%
C	3	32	96	32%
D	2	0	0	0
E	1	1	1	1%
Jumlah			381	100 %
Rata-Rata			3,81	

Dari hasil kali antara bobot dengan jumlah responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,81. Nilai ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden menyatakan bahwa kecepatan para perawat dalam menangani pasien sudah baik.

Tabel 4.13  
Keahlian dokter dalam menangani pasien

Jawaban	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
A	5	17	85	17%
B	4	67	268	67%
C	3	16	48	16%
D	2	0	0	0
E	1	0	0	0
Jumlah			401	100 %
Rata-Rata			4,01	

Dari hasil kali antara bobot dengan jumlah responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,01. Nilai ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden menyatakan bahwa keahlian dokter dalam menangani pasien sudah baik.

Tabel 4.14  
Keramahan para dokter dan perawat

Jawaban	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
A	5	11	55	11%
B	4	64	256	64%
C	3	24	72	24%
D	2	1	2	2%
E	1	0	0	0
Jumlah			385	100 %
Rata-Rata			3,85	

Dari hasil kali antara bobot dengan jumlah responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,85. Nilai ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden menyatakan bahwa keramahan para dokter dan perawat kepada pasien sudah baik

#### 4.3.2 Tanggapan Terhadap Variabel Harga

Harga merupakan Faktor yang dapat mempengaruhi motivasi pasien dalam memilih rumah sakit, terutama untuk pasien yang dikategorikan dengan pendapatan pas – pas an untuk membiayai kehidupan sehari – hari, kelompok responden ini biasanya sangat sensitive terhadap harga. Indikator yang digunakan untuk mengukur variable harga pada RSUD Nirmala Purbalingga adalah tingkat penetapan harga, kesesuaian harga dengan pelayanan dan fasilitas yang tersedia.

Tabel 4.15  
Kesesuaian harga dengan pelayanan

Jawaban	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
A	5	1	5	1%
B	4	18	72	18%
C	3	38	114	38%
D	2	37	74	37%
E	1	6	6	6%
Jumlah			271	100 %
Rata-Rata			2,71	

Dari hasil kali antara bobot dengan jumlah responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 2,71. Nilai ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan

responden menyatakan ragu - ragu terhadap kesesuaian harga yang ditetapkan dengan pelayanan yang diberikan kepada pasien.

Tabel 4.16

## Kesesuaian harga dengan motivasi pasien

Jawaban	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
A	5	12	60	12%
B	4	35	140	35%
C	3	50	150	50%
D	2	3	6	3%
E	1	0	0	0
Jumlah			356	100 %
Rata-Rata			3,56	

Dari hasil kali antara bobot dengan jumlah responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 2,71. Nilai ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden menyatakan ragu - ragu terhadap kesesuaian harga yang ditetapkan dengan motivasi pasien dalam memilih rumah sakit Nirmala.

Tabel 4.17

## Kesesuaian harga dengan fasilitas ruang rawat inap

Jawaban	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
A	5	2	10	2%
B	4	22	88	22%
C	3	45	135	45%
D	2	28	56	28%
E	1	3	3	3%

Jumlah	292	100 %
Rata-Rata	2,92	

Dari hasil kali antara bobot dengan jumlah responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 2,71. Nilai ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden menyatakan ragu - ragu terhadap kesesuaian harga yang ditetapkan dengan fasilitas ruang rawat inap.

#### 4.3.3 Tanggapan Terhadap Variabel Lokasi

Indikator yang digunakan untuk mengukur variable lokasi pada RSUD Nirmala Purbalingga adalah tempat parkir yang luas, lokasi yang mudah dijangkau menggunakan kendaraan pribadi dan lokasi yang mudah dijangkau menggunakan kendaraan umum.

Tabel 4.18

Tempat parkir yang luas

Jawaban	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
A	5	14	70	14%
B	4	67	268	67%
C	3	13	39	13%
D	2	5	10	5%
E	1	1	1	1%
Jumlah			388	100 %
Rata-Rata			3,88	

Dari hasil kali antara bobot dengan jumlah responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,88. Nilai ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden menyatakan benar bahwa tempat parkir yang tersedia luas dan memadai.

Tabel 4.19

Lokasi mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi

Jawaban	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
A	5	14	70	14%
B	4	60	240	60%
C	3	22	66	22%
D	2	3	6	3%
E	1	1	1	1%
Jumlah			383	100 %
Rata-Rata			3,83	

Dari hasil kali antara bobot dengan jumlah responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,88. Nilai ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden menyatakan benar bahwa lokasi mudah dijangkau menggunakan kendaraan pribadi.



Tabel 4.20

## Lokasi mudah dijangkau dengan kendaraan umum

Jawaban	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
A	5	27	135	14%
B	4	45	180	60%
C	3	23	69	22%
D	2	4	8	3%
E	1	1	1	1%
Jumlah			393	100 %
Rata-Rata			3,93	

Dari hasil kali antara bobot dengan jumlah responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,93. Nilai ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden menyatakan benar bahwa lokasi mudah dijangkau menggunakan kendaraan umum.

#### 4.3.4 Tanggapan Variabel Motivasi Pasien

Variabel motivasi pasien rawat inap merupakan variable dependen, berbeda dengan ketiga variable sebelumnya yang merupakan variable independent. Variabel motivasi terdiri dari tiga indicator variable independent tersebut yang terdiri dari pelayanan, harga dan lokasi.

Tabel 4.21  
Pertimbangan pelayanan

Jawaban	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
A	5	16	80	16%
B	4	66	264	66%
C	3	17	51	17%
D	2	1	2	1%
E	1	0	0	0
Jumlah			397	100 %
Rata-Rata			3,97	

Dari hasil kali antara bobot dengan jumlah responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,97. Nilai ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden menyatakan benar bahwa pelayanan yang diberikan menjadi motivasi pasien untuk rawat inap pada RSUD Nirmala.

Tabel 4.22  
Pertimbangan harga

Jawaban	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
A	5	8	40	8%
B	4	47	188	47%
C	3	42	126	42%
D	2	2	4	2%
E	1	1	1	1%
Jumlah			359	100 %
Rata-Rata			3,59	

Dari hasil kali antara bobot dengan jumlah responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,59. Nilai ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden menyatakan ragu - ragu bahwa harga yang ditetapkan menjadi motivasi pasien untuk rawat inap pada RSUD Nirmala.

Tabel 4.23  
Pertimbangan lokasi

Jawaban	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
A	5	8	40	8%
B	4	60	240	60%
C	3	31	91	31%
D	2	1	2	1%
E	1	0	0	0
Jumlah			373	100 %
Rata-Rata			3,73	

Dari hasil kali antara bobot dengan jumlah responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,73. Nilai ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden menyatakan benar bahwa keadaan lokasi menjadi motivasi pasien untuk rawat inap pada RSUD Nirmala.

Dari hasil perhitungan skor rata-rata pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen di atas dapat dirangking sebagai berikut :

Tabel 4.24  
Urutan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

Variabel	Skor Rata-rata
Pelayanan	3,97
lokasi	3,73
Harga	3,59

Tabel di atas menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen yang paling dominan terhadap motivasi pasien rawat inap adalah variabel pelayanan.

#### 4.4 Alat Analisis

##### 4.4.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variable independent yang terdiri dari pelayanan, harga dan lokasi, terhadap variable dependennya yaitu motivasi pasien rawat inap. Berdasarkan perhitungan regresi berganda dengan menggunakan program SPSS 12.0 ( lampiran IV ) diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.25  
Hasil analisis regresi berganda  
coefficients

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.087	1.061		2.909	.005		
	PLYNAN	.315	.063	.571	4.989	.000	.474	2.108
	HARGA	-.172	.077	-.227	-2.222	.029	.595	1.682
	LOKASI	.211	.080	.258	2.646	.010	.655	1.527

Sumber : Data primer yang diolah

Dari hasil tabel 4.25 dapat diperoleh fungsi regresi linier berganda

*unstandardized coefficients* sebagai berikut :

$$Y = 3,087 + 0,315 X_1 - 0,172 X_2 + 0,211 X_3$$

Keterangan :

Y = Motivasi pasien rawat inap

X<sub>1</sub> = Pelayanan

X<sub>2</sub> = Harga

X<sub>3</sub> = Lokasi

Dari persamaan fungsi regresi linier berganda *unstandardized coefficients* diatas menunjukkan besarnya masing- masing variable. Koefisien pada X<sub>1</sub> = 0,315; artinya apabila variabel pelayanan (X<sub>1</sub>) meningkat (bertambah satu point) maka motivasi pasien akan meningkat sebesar 0,315 dengan asumsi variabel lainnya tetap (*ceteris paribus*). Hal ini menunjukkan apabila rumah sakit meningkatkan pelayanan pada pasien rawat inap maka motivasi pasien untuk rawat inap akan meningkat.

. Koefisien pada X<sub>2</sub> = -0,172; artinya apabila variable harga (X<sub>2</sub>) meningkat (bertambah satu point) maka motivasi pasien akan menurun sebesar 0,172 dengan asumsi variabel lainnya tetap (*ceteris paribus*). Hal ini menunjukkan apabila rumah sakit menaikkan harga maka motivasi pasien untuk rawat inap pada rumah sakit Nirmala akan menurun.

. Koefisien pada  $X_3 = 0,211$ ; artinya apabila variabel lokasi ( $X_3$ ) meningkat (bertambah satu point) maka motivasi pasien akan meningkat sebesar 0,211 dengan asumsi variabel lainnya tetap (*ceteris paribus*). Hal ini menunjukkan apabila keadaan lokasi rumah sakit sesuai dengan harapan pasien maka motivasi pasien untuk rawat inap pada rumah sakit Nirmala akan meningkat.

#### 4.4.2 Uji hipotesis secara parsial ( Uji t )

Uji t digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh antara pelayanan, harga dan lokasi sebagai variable independent terhadap motivasi pasien rawat inap sebagai variable dependennya secara parsial, artinya masing- masing variable independent diuji satu per satu terhadap variable dependen.

Penentuan tingkat signifikansi dilihat dari besaran tingkat probabilitas signifikansinya. Bila tingkat probabilitas ( derajat kepercayaan 5% ) kurang dari 0.05 maka  $H_0$  yang menyatakan  $b_i = 0$  dapat ditolak, dengan kata lain menerima  $H_1$  sebagai hipotesis alternatifnya ( Imam Ghozali, 2001 ). Kedua adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabelnya, bila t hitung lebih besar daripada t tabel maka  $H_0$  ditolak, dengan kata lain menerima hipotesis alternatifnya (  $H_1$  ), dengan perumusan sebagai berikut :

$H_0 : b_i = 0$  berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_1 : b_i \neq 0$  berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel untuk jumlah  $n = 100$ , maka  $df = n - k - 1$  sehingga untuk variable independent 3 maka  $df = 100 - 3 - 1$  berarti  $df = 96$  maka t tabel yang didapat sebesar 0.1661 ( lampiran IV ). Hasil t hitung diperoleh dari hasil perhitungan regresi berganda pada tabel 4.25.

Hipotesis yang diuji adalah sebagai berikut :

1. Variabel Pelayanan

Untuk variable pelayanan menghasilkan nilai t hitung = 4,989 dengan angka signifikansi 0,000, artinya t hitung lebih besar dari t tabel (0,1661) dan angka signifikansi dibawah 0,05 maka  $H_0$  ditolak yang berarti adanya pengaruh secara signifikan antara variable pelayanan dengan motivasi pasien rawat inap.

2. Variabel Harga

Untuk variabel harga menghasilkan nilai t hitung = - 2,222 dengan angka signifikansi 0,029, artinya t hitung lebih besar dari t tabel dan angka signifikansi dibawah 0,05 maka  $H_0$  ditolak yang berarti adanya pengaruh yang signifikan antara variable harga dengan motivasi pasien rawat inap. Tetapi pengaruh variable harga bersifat negative atau berbanding terbalik, artinya jika harga dinaikkan maka akan menurunkan motivasi pasien rawat inap.

3. Variabel Lokasi

Untuk variable lokasi menghasilkan t hitung = 2,646 dengan angka

signifikansi 0,010, artinya  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel dan angka signifikansi dibawah 0,05 maka  $H_0$  ditolak yang berarti adanya pengaruh yang signifikan antara variable lokasi dengan motivasi pasien rawat inap.

#### 4.4.3 Uji Simultan ( Uji F )

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah apakah semua variable independent ( pelayanan, harga, lokasi ) secara simultan ( bersama- sama ) dapat berpengaruh terhadap variable dependen ( motivasi ). Bila nilai yang muncul pada derajat kepercayaan 5% lebih kecil dari 0,05 dan  $F$  hitung lebih besar dari  $F$  tabel maka  $H_0$  ditolak artinya tidak ada pengaruh secara simultan antara variable independent terhadap variable dependennya, dengan kata lain menerima hipotesis alternative ( $H_1$ ), penjabaran tersebut dirumuskan sebagai berikut :

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$  berarti secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

$H_1 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq 0$  berarti secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.



Hasil Uji F atau uji secara serentak dapat ditampilkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.26  
Hasil Uji F output SPSS  
ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	101.633	3	33.878	21.601	.000(a)
	Residual	150.557	96	1.568		
	Total	252.190	99			

a Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA, PLYNAN

b Dependent Variable: MOTIVASI

Dari hasil output SPSS diatas diperoleh tingkat probabilitas signifikansi F sebesar 0.000 berarti kurang dari 0,05, sedangkan hasil F hitung = 21,601 yang berarti lebih besar dari F tabel, dengan df pembilang = 3 dan df penyebut = 96 maka nilai F tabel = 2,70 dengan demikian H<sub>0</sub> ditolak dan menerima H<sub>1</sub>. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara simultan ( bersama- sama ) antara variable independent terhadap variable motivasi pasien rawat inap.

#### 4.4.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variable independent ( pelayanan, harga, lokasi ) dalam menerangkan variasi variable dependennya ( motivasi ). Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variable – variable independent dalam menjelaskan variasi variable terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu

berarti variable – variable independent memberikan pengaruh yang besar yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variable dependennya.

Berikut ini hasil olah data dengan menggunakan program SPSS 12.0

Tabel 4.27  
Hasil perhitungan koefisien determinasi

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.635(a)	.403	.384	1.25232	1.925

a Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA, PLYNAN

b Dependent Variable: MOTVASI

Dari hasil output SPSS pada tabel 4.27 dapat dilihat bahwa nilai R adalah sebesar 0,635, hal ini berarti 63,5% variasi variable motivasi pasien dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variable pelayanan, harga dan lokasi, sedangkan sisanya dijelaskan atau dipengaruhi oleh variable – variable lain.

#### 4.5 Analisis Kualitatif

Hasil analisis regresi menghasilkan urutan besarnya pengaruh variable – variable independent yang berbeda. Hal ini terlihat dari besarnya koefisien yang berbeda pada rumus persamaan linier regresinya. Urutan dari yang terbesar sampai yang terkecil adalah, pelayanan ( 0,315 ), lokasi ( 0,211 ), harga ( -0,172 ). Variabel harga memiliki koefisien negative karena variable harga mempunyai pengaruh negative atau berbanding terbalik terhadap variable motivasi.

Variabel independent yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap motivasi pasien rawat inap adalah pelayanan. Variabel ini mempunyai pengaruh

yang positif, artinya semakin baik pelayanan maka akan semakin tinggi motivasi pasien. Ini berarti RSUD Nirmala Purbalingga perlu memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada pasien. Pelayanan tersebut meliputi penampilan para dokter dan perawat, kecepatan dokter dan perawat dalam menangani pasien, keahlian dokter dan keramahan para dokter dan perawat dalam menangani pasien.

Variabel independent yang berpengaruh selanjutnya adalah lokasi. Lokasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap motivasi pasien rawat inap. Oleh karena itu semakin strategis lokasi maka akan semakin tinggi tingkat motivasi pasien. Dan memang RSUD Nirmala Purbalingga memiliki keuntungan dalam hal lokasi, karena RSUD Nirmala dekat dari pusat kota dan terminal utama kota Purbalingga, hal ini berpengaruh pada kemudahan akses transportasi menuju lokasi rumah sakit.

Yang terakhir adalah variabel harga. Variabel ini mempunyai pengaruh paling rendah terhadap motivasi pasien rawat inap. Variabel harga berpengaruh negative terhadap motivasi pasien, artinya semakin tinggi harga yang ditetapkan akan menurunkan motivasi pasien.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dikemukakan pada bab-bab sebelumnya tentang factor yang berpengaruh terhadap keputusan pasien rawat inap dan permasalahan yang menjadi perhatian penelitian ini maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil perhitungan skor rata – rata tanggapan variable motivasi dengan pertimbangan pelayanan diperoleh nilai 3,97, Nilai ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden menyatakan benar bahwa kinerja pelayanan yang diberikan menjadi motivasi pasien untuk rawat inap pada RSUD Nirmala.
2. Dari hasil perhitungan skor rata – rata tanggapan variable motivasi dengan pertimbangan harga diperoleh nilai 3,59, Nilai ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden menyatakan ragu- ragu bahwa performen harga yang ditetapkan menjadi motivasi pasien untuk rawat inap pada RSUD Nirmala.
3. Dari hasil perhitungan skor rata- rata tanggapan variable motivasi dengan pertimbangan lokasi diperoleh nilai 3,73, Nilai ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden menyatakan benar bahwa performen lokasi menjadi motivasi pasien untuk rawat inap pada RSUD Nirmala.
4. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda diketahui  $Y = 3,087 + 0,315 X_1 - 0,172 X_2 + 0,211 X_3$ , maka dapat disimpulkan bahwa variable pelayanan

mempunyai pengaruh yang paling dominant terhadap motivasi pasien rawat inap. Variabel pelayanan dan lokasi mempunyai pengaruh yang positif artinya semakin baik pelayanan yang diberikan pihak rumah sakit kepada pasien dan semakin baik atau nyaman lokasi rumah sakit maka akan meningkatkan motivasi pasien untuk memilih rawat inap pada RSUD Nirmala Purbalingga. Tetapi untuk variable harga mempunyai pengaruh negative terhadap motivasi, artinya semakin tinggi harga yang ditetapkan pihak rumah sakit maka akan menurunkan motivasi pasien untuk rawat inap pada RSUD Nirmala Purbalingga.

5. Berdasarkan hasil pengujian variabel independen secara serentak atau uji F dapat diketahui bahwa besar nilai F hitung adalah 21,601 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa secara serentak variabel independen yaitu pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap motivasi pasien untuk rawat inap pada RSUD Nirmala Purbalingga. Sehingga hipotesis yang menyatakan pelayanan, harga dan lokasi mempengaruhi pasien untuk rawat inap pada RSUD Nirmala Purbalingga dapat dinyatakan diterima.
6. Dari hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada tabel *model summary* ( lampiran IV ) dapat dilihat bahwa nilai R adalah sebesar 0,635, hal ini berarti 63,5% variasi variable motivasi pasien dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh

variable pelayanan, harga dan lokasi, sedangkan sisanya dijelaskan atau dipengaruhi oleh variable – variable lain.

## 5.2 Saran - saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisi pengaruh pelayanan, harga dan lokasi terhadap motivasi pasien untuk rawat inap pada RSUD Nirmala Purbalingga maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Variabel pelayanan mempunyai pengaruh yang dominant terhadap motivasi pasien rawat inap, oleh karena itu pihak RSUD Nirmala Purbalingga harus selalu menjaga kualitas pelayanan kepada pasien, mengingat rumah sakit sebagai institusi penyedia jasa kepada pasien sebagai konsumennya factor pelayanan menjadi factor yang paling utama. Indikator pelayanan yang harus diperhatikan oleh pihak rumah sakit menyangkut penampilan para dokter, penampilan para perawat, kecepatan dokter dalam menangani pasien, kecepatan perawat dalam menangani pasien, keahlian dokter dan keramahan dokter dan perawat.
2. Variabel lokasi mempunyai pengaruh tertinggi kedua terhadap motivasi pasien untuk rawat inap pada RSUD Nirmala Purbalingga. Oleh karena itu pihak rumah sakit harus memperhatikan dan mengembangkan variable lokasi yang meliputi tersedianya tempat parkir yang memadai dan aman, kemudahan akses transportasi menuju rumah sakit terutama kemudahan akses transportasi menggunakan kendaraan umum. Untuk variable lokasi, RSUD

Nirmala Purbalingga bisa dikatakan memiliki keunggulan karena letak rumah sakit yang dekat dengan terminal utama Purbalingga dan berada didepan jalur utama transportasi kendaraan umum. Keunggulan ini harusnya bias dimanfaatkan pihak rumah sakit dengan cara selalu menjaga dan mengembangkan fasilitas yang menyangkut variable lokasi.

3. Variabel harga menjadi satu – satunya variable yang mempunyai pengaruh yang negative terhadap motivasi pasien untuk rawat inap pada RSUD Nirmala Purbalingga. Pengaruh yang negative ini menunjukkan bahwa pasien sangat sensitive terhadap harga, oleh karena itu pihak rumah sakit harus benar – benar cermat dalam penetapan harga. Penetapan harga harus didasarkan pada keadaan rumah sakit itu sendiri, maksudnya harga yang ditetapkan harus benar- benar sesuai dengan pelayanan yang diberikan kepada pasien dan fasilitas yang memadai. Karena sesuai dengan fakta yang didapat dari para pasien, sebagian dari mereka masih mengeluhkan tentang harga yang ditetapkan pihak rumah sakit masih terlalu tinggi dan sebaiknya pihak rumah sakit lebih memperhatikan keadaan daya beli masyarakat Hal ini mungkin bisa menjadi kajian bagi pihak RSUD Nirmala Purbalingga. Pihak rumah sakit mungkin bisa mencari donator atau sponsor untuk menambah pendanaan biaya operasional, sehingga tidak terlalu dibebankan sepenuhnya kepada pasien sebagai konsumen dan fungsi sosial rumah sakit sebagai penyedia jasa

kesehatan masyarakat dapat terealisasi dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat sekaligus mencapai misi dari RSU Nirmala Purbalingga yaitu Kesehatan yang bermutu dan professional serta terjangkau bagi Masyarakat Purbalingga dan sekitarnya.





## DAFTAR PUSTAKA

- Ardian Adiatma, 2001, “ *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien* “, **Jurnal Ekobis**, Jakarta.
- Basu Swastha DH., *Azas-azas Marketing*, Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta, 1984.
- Basu Swastha DH. Dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1987.
- Imam Ghozali, 2001, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*, BP
- James F. Engel, Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard, *Perilaku Konsumen*, Jilid Satu, Edisi Terjemahan Keenam, Binarupa Aksara, Jakarta, 1994.
- J.Supranto, 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Nugroho Budiyuwono, *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta, 1993.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Volume Satu dan Dua, Edisi Terjemahan Ketujuh, LPFE UI, Jakarta, 1993.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi Keenam, Jilid 1, Erlangga, Jakarta, 1996.
- Stanton, William J, 1993, *Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Yeni Ekasti, 2001, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengunjung Untuk Berobat di Puskesmas Bangetayu”, **Skripsi**.
- Zaenal Mustafa EQ, Drs. MM, *Pengantar Statistik Terapan Untuk Ekonomi*, Edisi ke-2 BPFE UII Yogyakarta, 1995.



# LAMPIRAN



UNIVERSITAS INDONESIA



**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**  
**FAKULTAS EKONOMI**

Condong Catur Sleman, Yogyakarta 55283

Telepon (0274) 88156 – 884019 – Fax. : 882589

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir program strata satu ( S1) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, penulis melakukan penelitian dengan judul “ **Analisis Pengaruh Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Motivasi Pasien Untuk Rawat Inap Pada Rumah Sakit Umum Nirmala Purbalingga**”

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan, harga dan lokasi terhadap motivasi pasien rawat inap khususnya pada RSU Nirmala Purbalingga.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, penulis memohon kesediaan dari Bapak/ Ibu/ Saudara untuk mengisi daftar pertanyaan yang telah tersedia, dalam menjawab pertanyaan- pertanyaan tersebut penulis mengharapkan jawaban dengan keadaan yang sebenarnya guna membantu tercapainya penelitian ini.

Atas kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner dalam penelitian ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya serta memohon maaf apabila ada pertanyaan yang kurang berkenan.

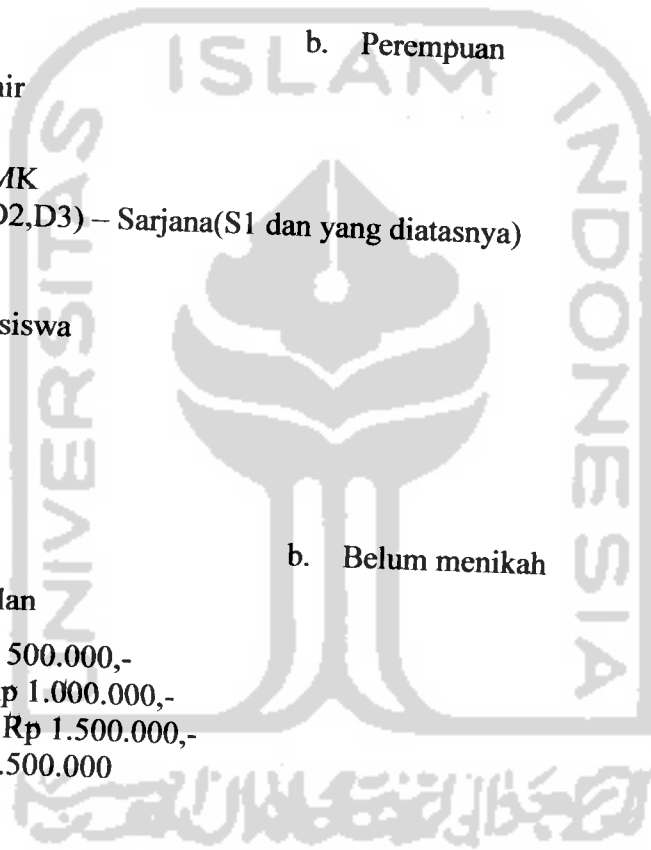
Hormat saya

Edwin Haris Gilang N

## I. Identitas

Berilah tanda silang ( X ) pada jawaban yang paling cocok

1. Nama :
2. Usia
  - a. Kurang dari 20 tahun
  - b. 20 – 50 tahun
  - c. Lebih dari 50 tahun
3. Jenis kelamin
  - a. Laki – laki
  - b. Perempuan
4. Pendidikan terakhir
  - a. Tidak sekolah
  - b. SD – SMU/SMK
  - c. Diploma(D1,D2,D3) – Sarjana(S1 dan yang di atasnya)
5. Pekerjaan
  - a. Pelajar / Mahasiswa
  - b. Wiraswasta
  - c. PNS
  - d. Petani
6. Status
  - a. Menikah
  - b. Belum menikah
7. Penghasilan per bulan
  - a. Kurang dari Rp 500.000,-
  - b. Rp 500.000 – Rp 1.000.000,-
  - c. Rp 1.001.000 – Rp 1.500.000,-
  - d. Lebih dari Rp 1.500.000



I. Tanggapan Mengenai Pelayanan

Berilah tanda silang ( X ) pada jawaban yang sesuai menurut saudara

1. Bagaimana Penilaian saudara mengenai penampilan para dokter rumah sakit dalam melayani pasien ?
  - a. Sangat rapi
  - b. Rapi
  - c. Cukup
  - d. Tidak rapi
  - e. Sangat tidak rapi
2. Bagaimana Penilaian saudara mengenai penampilan para perawat rumah sakit dalam melayani pasien ?
  - a. Sangat rapi
  - b. Rapi
  - c. Cukup
  - d. Tidak rapi
  - e. Sangat tidak rapi
3. Bagaimana Penilaian saudara mengenai kecepatan dokter dalam menangani pasien ?
  - a. Sangat baik
  - b. Baik
  - c. Cukup
  - d. Tidak baik
  - e. Sangat tidak baik
4. Bagaimana Penilaian saudara mengenai kecepatan perawat dalam menangani pasien ?
  - a. Sangat baik
  - b. Baik
  - c. Cukup
  - d. Tidak baik
  - e. Sangat tidak baik
5. Bagaimana Penilaian saudara mengenai keahlian dokter dalam menangani pasien ?
  - a. Sangat baik
  - b. Baik
  - c. Cukup
  - d. Tidak baik
  - e. Sangat tidak baik
6. Bagaimana Penilaian saudara mengenai keramahan para dokter dan perawat rumah sakit dalam menangani pasien ?
  - a. Sangat baik
  - b. Baik
  - c. Cukup
  - d. Tidak baik
  - e. Sangat tidak baik

### III. Tanggapan Mengenai Tarif/ harga

Berilah tanda silang ( X ) pada jawaban yang sesuai menurut saudara

7. apakah harga yang ditetapkan pihak rumah sakit sesuai dengan pelayanan yang diberikan ?
  - a. Sangat benar
  - b. Benar
  - c. Ragu – ragu
  - d. tidak benar
  - e. Sangat tidak benar
8. apakah harga yang ditawarkan menjadi motivasi saudara dalam memilih rumah sakit ini?
  - a. Sangat benar
  - b. Benar
  - c. Ragu – ragu
  - d. tidak benar
  - e. Sangat tidak benar
9. apakah harga yang ditetapkan pihak rumah sakit sesuai dengan fasilitas ruang rawat inap?
  - a. Sangat benar
  - b. Benar
  - c. Ragu - ragu
  - d. tidak benar
  - e. Sangat tidak benar

### IV. Tanggapan Mengenai Lokasi

Berilah tanda silang ( X ) pada jawaban yang sesuai menurut saudara.

10. Apakah menurut saudara lokasi rumah sakit memiliki tempat parkir luas ?
  - a. Sangat benar
  - b. Benar
  - c. Ragu - ragu
  - d. tidak benar
  - e. Sangat tidak benar
11. Apakah menurut saudara lokasi rumah sakit mudah dijangkau menggunakan kendaraan pribadi ?
  - a. Sangat benar
  - b. Benar
  - c. Ragu - ragu
  - d. tidak benar
  - e. Sangat tidak benar

12. Apakah menurut saudara lokasi rumah sakit mudah dijangkau menggunakan kendaraan umum ?
- Sangat benar
  - Benar
  - Ragu - ragu
  - tidak benar
  - Sangat tidak benar

#### V. Tanggapan Mengenai Motivasi

Berilah tanda silang ( X ) pada jawaban yang sesuai menurut saudara.

13. Pelayanan yang diberikan menjadi motivasi saudara untuk rawat inap dirumah sakit ini?
- Sangat benar
  - Benar
  - Ragu – ragu
  - Tidak benar
  - Sangat tidak benar
14. Harga yang ditawarkan menjadi motivasi saudara untuk rawat inap dirumah sakit ini?
- Sangat benar
  - Benar
  - Ragu – ragu
  - Tidak benar
  - Sangat tidak benar
15. Keadaan lokasi menjadi motivasi saudara untuk rawat inap dirumah sakit ini?
- Sangat benar
  - Benar
  - Ragu – ragu
  - Tidak benar
  - Sangat tidak benar

*Terima Kasih atas Kerjasama saudara*





**LAMPIRAN II**  
**HASIL KUISIONER**

وَمَا كَانَ لِنَفْسٍ أَنْ مَسْجُودًا إِلَّا لِرَبِّهَا الْعَلِيِّ الْأَعْلَىٰ

1. Tanggapan Terhadap Variabel Pelayanan

Penampilan para dokter (X1)		Penampilan para perawat (X2)		Kecepatan dokter (X3)		Kecepatan perawat (X4)		Keahlian dokter (X5)		Keramahan dokter dan perawat (X6)	
jawaban	jml	jawaban	jml	jawaban	jml	jawaban	jml	jawaban	jml	jawaban	jml
Sangat rapi	13	Sangat rapi	19	Sangat baik	23	Sangat baik	16	Sangat Baik	17	Sangat baik	11
Rapi	55	Rapi	60	Baik	62	Baik	51	Baik	67	Baik	64
Cukup	32	Cukup	21	Cukup	15	Cukup	32	Cukup	16	Cukup	24
Tidak rapi	0	Tidak Rapi	0	Tidak baik	0	Tidak baik	0	Tidak Baik	0	Tidak Baik	1
Sangat Tidak rapi	0	Sangat Tidak Rapi	0	Sangat Tidak baik	0	Sangat Tidak baik	1	Sangat Tidak Baik	0	Sangat Tidak Baik	0
Total	100	Total	100	Total	100	Total	100	Total	100	Total	100

2. Tanggapan terhadap variable harga

Kesesuaian harga dengan pelayanan (X7)		Kesesuaian harga yang ditawarkan thd motivasi pasien (X8)		Kesesuaian harga dengan fasilitas ruang rawat inap (X9)	
Jawaban	jml	Jawaban	jml	Jawaban	jml
Sangat benar	1	Sangat benar	12	Sangat benar	2
Benar	18	Benar	35	Benar	22
Ragu- ragu	38	Ragu- ragu	50	Ragu- ragu	45
Tidak benar	37	Tidak benar	3	Tidak benar	28
Sangat tidak benar	6	Sangat tidak benar	0	Sangat tidak benar	3
Total	100	Total	100	Total	100

3. Tanggapan terhadap variable lokasi

Tempat parkir yang luas (X10)		Mudah dijangkau menggunakan kendaraan pribadi (X11)		Mudah dijangkau menggunakan kendaraan umum (X12)	
Jawaban	jml	Jawaban	jml	Jawaban	jml
Sangat benar	14	Sangat benar	14	Sangat benar	27
Benar	67	Benar	60	Benar	45
Ragu- ragu	13	Ragu- ragu	22	Ragu- ragu	23
Tidak benar	5	Tidak benar	3	Tidak benar	4
Sangat tidak benar	1	Sangat tidak benar	1	Sangat tidak benar	1
Total	100	Total	100	Total	100

Tanggapan Motivasi Pasien

Pertimbangan pelayanan (X13)		Pertimbangan harga (X14)		Pertimbangan lokasi (X15)	
Jawaban	jml	Jawaban	jml	Jawaban	jml
Sangat benar	16	Sangat benar	8	Sangat benar	8
Benar	66	Benar	47	Benar	60
Ragu- ragu	17	Ragu- ragu	42	Ragu- ragu	31
Tidak benar	1	Tidak benar	2	Tidak benar	1
Sangat tdak benar	0	Sangat tdak benar	1	Sangat tdak benar	0
Total	100	Total	100	Total	100

**LAMPIRAN III**

**Validitas dan Reliabilitas**



## PELAYANAN

### Reliability

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	95.2
	Excluded (a)	5	4.8
	Total	105	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.849	.850	6

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1	3.8100	.64659	100
X2	3.9800	.63532	100
X3	4.0800	.61431	100
X4	3.8100	.73437	100
X5	4.0100	.57726	100
X6	3.8500	.60927	100

#### Inter-Item Correlation Matrix

	X1	X2	X3	X4	X5	X6
X1	1.000	.556	.395	.540	.546	.388
X2	.556	1.000	.444	.446	.524	.384
X3	.395	.444	1.000	.437	.482	.383
X4	.540	.446	.437	1.000	.624	.568
X5	.546	.524	.482	.624	1.000	.579
X6	.388	.384	.383	.568	.579	1.000

The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

### Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.923	3.810	4.080	.270	1.071	.013	6

The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	19.7300	5.936	.634	.441	.824
X2	19.5600	6.047	.609	.407	.828
X3	19.4600	6.291	.546	.307	.840
X4	19.7300	5.452	.688	.506	.814
X5	19.5300	5.949	.735	.548	.807
X6	19.6900	6.176	.596	.411	.831

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23.5400	8.352	2.88997	6

# HARGA

## Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	95.2
	Excluded (a)	5	4.8
	Total	105	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.803	.801	3

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X7	2.7100	.86801	100
X8	3.5600	.74291	100
X9	2.9200	.83702	100

### Inter-Item Correlation Matrix

	X7	X8	X9
X7	1.000	.568	.691
X8	.568	1.000	.463
X9	.691	.463	1.000

The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

### Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.063	2.710	3.560	.850	1.314	.196	3

The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X7	6.4800	1.828	.740	.555	.630
X8	5.6300	2.458	.561	.332	.817
X9	6.2700	2.037	.661	.484	.719

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
9.1900	4.317	2.07776	3





## LOKASI

### Reliability

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	95.2
	Excluded (a)	5	4.8
	Total	105	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.767	.773	3

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X10	3.8800	.74237	100
X11	3.8300	.73930	100
X12	3.9300	.86754	100

#### Inter-Item Correlation Matrix

	X10	X11	X12
X10	1.000	.607	.504
X11	.607	1.000	.485
X12	.504	.485	1.000

The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

#### Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.880	3.830	3.930	.100	1.026	.002	3

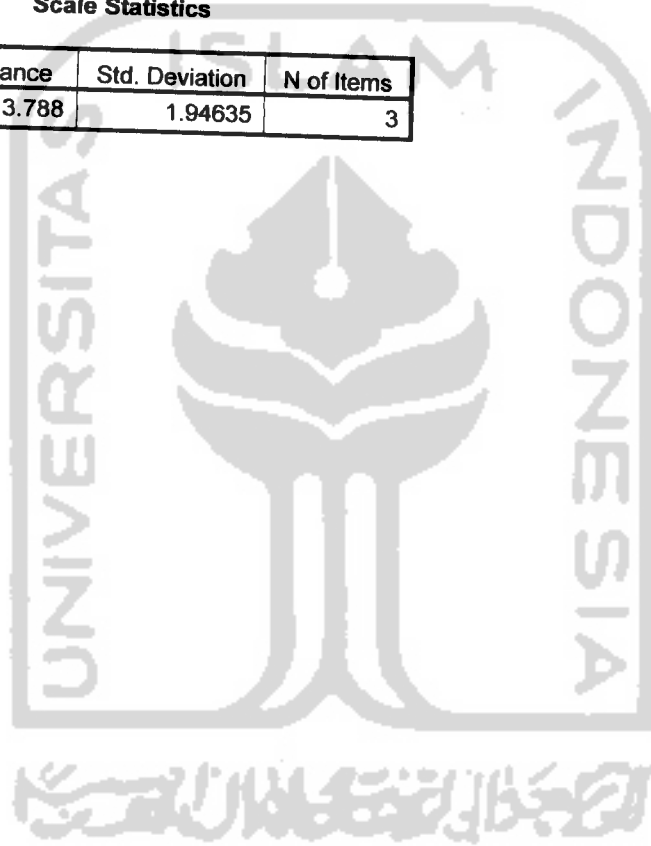
The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X10	7.7600	1.922	.639	.426	.648
X11	7.8100	1.953	.623	.411	.665
X12	7.7100	1.764	.552	.305	.755

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.6400	3.788	1.94635	3



# MOTIVASI

## Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	95.2
	Excluded (a)	5	4.8
	Total	105	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.629	.636	3

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X13	3.9700	.61060	100
X14	3.5900	.71202	100
X15	3.7500	.60927	100

### Inter-Item Correlation Matrix

	X13	X14	X15
X13	1.000	.390	.441
X14	.390	1.000	.274
X15	.441	.274	1.000

The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

### Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.770	3.590	3.970	.380	1.106	.036	3

The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X13	7.3400	1.116	.517	.273	.426
X14	7.7200	1.072	.391	.165	.612
X15	7.5600	1.219	.421	.207	.556

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.3100	2.155	1.46815	3





UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

## Regression

### Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	LOKASI, HARGA, PLYNAN(a)		Enter

a All requested variables entered.  
b Dependent Variable: MOTVASI

### Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.635(a)	.403	.384	1.25232	1.925

a Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA, PLYNAN  
b Dependent Variable: MOTVASI

### ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	101.633	3	33.878	21.601	.000(a)
	Residual	150.557	96	1.568		
	Total	252.190	99			

a Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA, PLYNAN  
b Dependent Variable: MOTVASI

### Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.087	1.061			2.909	.005		
	PLYNAN	.315	.063	.571		4.989	.000	.474	2.108
	HARGA	-.172	.077	-.227		-2.222	.029	.595	1.682
	LOKASI	.211	.080	.258		2.646	.010	.655	1.527

a Dependent Variable: MOTVASI

**Collinearity Diagnostics(a)**

Model	Dimensio n	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	PLYNAN	HARGA	LOKASI
1	1	3.953	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.029	11.772	.09	.00	.75	.06
	3	.014	17.010	.37	.01	.01	.80
	4	.005	27.880	.54	.99	.25	.15

a Dependent Variable: MOTVASI

**Casewise Diagnostics(a)**

Case Number	Std. Residual	MOTVASI
14	3.407	15.00
82	-4.261	6.00

a Dependent Variable: MOTVASI

**Residuals Statistics(a)**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	8.6981	13.7197	11.4100	1.01321	100
Std. Predicted Value	-2.677	2.280	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.130	.558	.231	.098	100
Adjusted Predicted Value	8.3755	13.7876	11.4016	1.02925	100
Residual	-5.33638	4.26685	.00000	1.23320	100
Std. Residual	-4.261	3.407	.000	.985	100
Stud. Residual	-4.286	3.476	.003	1.004	100
Deleted Residual	-5.39960	4.44022	.00840	1.28224	100
Stud. Deleted Residual	-4.742	3.698	.003	1.037	100
Mahal. Distance	.084	18.667	2.970	3.877	100
Cook's Distance	.000	.187	.010	.025	100
Centered Leverage Value	.001	.189	.030	.039	100

a Dependent Variable: MOTVASI