

**PENGARUH *PRICE*, *PROMOTION*, DAN *PHYSICAL
EVIDENCE* TERHADAP KEPUASAN SERTA IMPLIKASINYA
PADA LOYALITAS PASIEN RAWAT INAP**

TESIS

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Magister Manajemen Pada Program Studi Magister Manajemen Konsentrasi Manajemen Administrasi Rumah Sakit

OLEH:
YUSTIA ANNISAA THAHAROH
178020045



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PASCASARJANA UNIVERSITAS PASUNDAN
BANDUNG
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *PRICE, PROMOTION, DAN PHYSICAL EVIDENCE* TERHADAP KEPUASAN SERTA IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS PASIEN RAWAT INAP

TESIS

OLEH:
YUSTIA ANNISAA THAHAROH
178020045

Tesis ini telah memenuhi persyaratan karya tulis ilmiah yang disetujui oleh Tim Pembimbing serta telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Guna Tugas Akhir Guna Memperoleh Gelar Magister Manajemen Konsentrasi Manajemen Rumah Sakit

Bandung, 27 Juli 2021

Dr. H. Undang Juju, SE., MP

Dr. H. Juanim, SE., MSi

Dr. H. Yusuf Arifin, Ssi., MM

Prof. Dr. H. M. Didi Turmudzi. Msi

P E R N Y A T A A N

Dengan ini saya :

Nama : Yustia Annisaa Thaharoh
NPM : 178020045
Konsentrasi : Magistes Manajemen Rumah Sakit

Menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, tesis ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (magister), baik di Universitas Pasundan maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penilaian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku.

Bandung, 27 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Yustia Annisaa Thaharoh

178020045

ABSTRAK

Pada 3 tahun terakhir RS Bina Sehat mengalami penurunan kunjungan pasien umum rawat inap. Dari hasil observasi dan wawancara kepada beberapa pasien, penulis menemukan adanya keluhan pasien sebesar 65% mengenai bangunan fisik (Physical Evidence) dan sebagian mengenai tidak adanya promosi dari rumah sakit, terdapat pasien mengeluhkan bangunan fisik rumah sakit dirasa kurang memadai, harga pelayanan yang dirasa mahal, dan pelayanan yang diberikan dirasa kurang. Oleh karena itu diperlukan pengukuran tingkat kepuasan dan loyalitas pasien untuk mengetahui pelanggan puas atau tidak terhadap pelayanan yang didapat.

Dalam analisis data terdapat Uji t dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat, mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara signifikan terdapat hubungan dengan variabel terikat dengan melakukan hipotesis. Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel Price, Promotion dan Physical Evidence secara bersama-sama terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien di Instalasi Rawat Inap RS Bina Sehat signifikan atau tidak. Pengumpulan data penelitian kuantitatif merupakan upaya penulis untuk mengumpulkan data bersifat angka, atau bisa juga data bukan angka, namun bisa dikuantifikasi.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa price memberikan pengaruh langsung kepada Loyalitas Pasien sebesar 28,3%. Pada variabel Promotion memberikan pengaruh langsung kepada Loyalitas Pasien sebesar 20,5%. Sedangkan variabel Physical Evidence memberikan pengaruh langsung kepada Loyalitas Pasien sebesar 30,7%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat efek langsung Price, Promotion, Physical Evidence terhadap loyalitas pasien. Maka dengan demikian apabila Price, Promotion dan Physical Evidence yang baik akan memberikan efek pada Loyalitas Pasien Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Bina Sehat yang semakin tinggi. Secara parsial maupun simultan terdapat pengaruh yang disignifikan antara Price, Promotion dan Physical Evidence terhadap Kepuasan Pasien, dengan koefisien jalur bernilai positif yang menunjukkan bahwa semakin baik penetapan harga, semakin tinggi tingkat promosi dan semakin baik Physical Evidence.

Kata kunci : Price, Promotion, Physical Evidence, Kepuasan, Loyalitas, Pasien

ABSTRACT

In the last 3 years, Bina Sehat Hospital has decreased inpatient visits by general patients. From the results of observations and interviews with several patients, the authors found that 65% of patients had complaints about the physical building (Physical Evidence), there were patients who complained that the physical building of the hospital was deemed inadequate, service prices were considered expensive and deemed lacking. Therefore, it is necessary to measure the level of patient satisfaction and loyalty to determine satisfied or not with the services obtained.

In data analysis, there is T test conducted to determine the significance of the influence independent variables individually on dependent variable, to find whether each independent variable has a significant relationship with the dependent variable by hypothesizing. The F test aims to determine whether the influence of the variable Price, Promotion and Physical Evidence together on Patient Satisfaction and Loyalty in the Inpatient Installation is significant or not. Collecting quantitative research data is the author's attempt to collect numerical data, or it could non-numeric data.

Based on the research results, it is known that price has direct effect on patient loyalty by 28.3%. The Promotion variable has a direct effect on Patient Loyalty by 20.5%. While the Physical Evidence variable has a direct effect on Patient Loyalty by 30.7%. This shows that there is a direct effect of Price, Promotion, Physical Evidence on patient loyalty. If the Price, Promotion and Physical Evidence is good, it will influence the Loyalty of the Inpatient Hospital which is getting higher. Partially or simultaneously, there is a significant influence between Price, Promotion and Physical Evidence on Patient Satisfaction, with a positive path coefficient which indicates that the better the price setting, the higher the level of promotion and the better Physical Evidence.

Keywords: Price, Promotion, Physical Evidence, Satisfaction, Loyalty, Patient

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT. karena berkat rahmat taufik, dan hidayat-Nya saya sebagai penulis dapat menyusun proposal penelitian ini sebagai salah satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Magister Manajemen Pada Program Studi Magister Manajemen Konsentrasi Manajemen Administrasi Rumah Sakit.

Proposal penelitian ini membahas mengenai “Pengaruh *Price, Promotion, dan Physical Evidence* Terhadap Kepuasan serta Implikasinya Pada Loyalitas Pasien Rawat Inap”.

Dalam penyusunan proposal penelitian ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada Dr. H. Undang Juju, SE., MP dan Dr. H. Juanim SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang berkenan memberikan bimbingan, arahan, motivasi dan masukan kepada penulis.

Penulis juga mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan proposal ini, terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. H. Eddy Jusuf Sp, Msi., M.Kom sebagai Rektor Universitas Pasundan Bandung
2. Prof. Dr. H. M. Didi Turmudzi. Msi sebagai Direktur Fakultas Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung
3. Dr. H. Yusuf Arifin Ssi., MM sebagai Ketua Program Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung.
4. Dr. H. Undang Juju, SE., MP sebagai Sekretaris Program Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung.
5. Para Dosen dan Staf yang telah memberikan ilmu dan bimbingan dalam proses belajar di Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung.
6. Direktur, seluruh staff dan karyawan RS Bina Sehat.
7. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Saya menyadari sepenuhnya bahwa penulisan proposal penelitian ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan waktu.

Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk kesempurnaan proses pembelajaran.

Saya berharap pada akhirnya proposal penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi semua pihak yang membacanya.

Bandung, 27 Juli 2021

Penulis

Yustia Annisaa Thaharoh

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	11
1.2.1 Identifikasi Masalah	11
1.2.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	15
2.1 Kajian Pustaka	15
2.1.1 Manajemen	15
2.1.1.1 Fungsi Manajemen	16
2.1.2 Organisasi	19
2.1.3 Pemasaran.....	21
2.1.3.1 Manajemen Pemasaran.....	22
2.1.3.2 Manajemen Pemasaran Rumah Sakit.....	22
2.1.4 Jasa	24
2.1.4.1 Manajemen Pemasaran Jasa.....	26
2.1.5 Bauran Pemasaran	28

2.2.7 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan	76
2.3 Hipotesis Penelitian	79
BAB III METODE PENELITIAN.....	80
3.1 Jenis Penelitian	80
3.2 Unit Observasi dan Lokasi.....	81
3.3 Variabel Penelitian.....	82
3.3.1 Variabel.....	82
3.3.2 Operasionalisasi Variabel.....	84
3.4 Populasi dan Penentuan Sampel	86
3.4.2 Populasi.....	87
3.4.2 Penentuan Sampel.....	87
3.4.3 Teknik Sampling	88
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	89
3.5.1 Prosedur Pengumupulan Data	89
3.5.2 Pengujian Instrument Penelitian	91
3.5.2.1 Uji Validitas	91
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	93
3.6 Rancangan Analisis Data	95
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	96
3.6.2 Analisis Verifikatif	98
3.6.2.1 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	102
3.6.3 Analisis Koefisien Korelasi	103
3.6.4 Analisis Koefisien Determinasi	104
3.6.5 Pengujian Hipotesis	105
3.6.5.1 Uji Secara Partial (Uji T)	105
3.6.5.2 Uji Secara Simultasn (Uji F)	107
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	109
4.1 Gambaran Umum Karakteristik Responden.....	109
4.2 Hasil Analisis.....	112
4.2.1 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	112
4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif	114

4.2.3 Distribusi Frekuensi Variabel Price	115
4.2.4 Distribusi Frekuensi Variabel Promotion.....	117
4.2.5 Distribusi Frekuensi Variabel Physical Evidence	118
4.2.6 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan	119
4.2.7 Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas	120
4.3 Hasil Analisis Verifikatif.....	121
4.3.1 Analisis Koefisien Korelasi	123
4.3.2 Pengujian Hipotesis Pengaruh Price, Promotion dan Physical Evidence terhadap Kepuasan (Sub Struktur 1).....	124
4.3.2.1 Pengujian Hipotesis Parsial	126
4.3.2.2 Pengujian Hipotesis Simultan.....	130
4.3.3 Pengujian Hipotesis Pengaruh Price, Promotion, Physical Evidence dan Kepuasan Pasien (Y) terhadap Loyalitas (Sub Struktur 2).....	132
4.3.3.1 Pengujian Hipotesis Parsial	133
4.3.3.2 Pengujian Hipotesis Simultan.....	138
4.3.4 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	140
4.4 Pembahasan	141
4.4.1 Persepsi pasien rawat inap terhadap price di Instalasi Rawat Inap RS Bina Sehat	141
4.4.2 Persepsi pasien rawat inap terhadap promotion di Instalasi Rawat Inap RS Bina Sehat.....	142
4.4.3 Persepsi pasien rawat inap terhadap physical evidence di Instalasi Rawat Inap RS Bina Sehat.....	142
4.4.4 Tingkat kepuasan pasien rawat inap RS Bina Sehat.....	143
4.4.5 Loyalitas pasien rawat inap RS Bina Sehat	143
4.4.6 Besarnya pengaruh price, promotion dan physical evidence terhadap kepuasan pasien rawat inap RS Bina Sehat secara parsial dan simultan.....	144
4.4.7 Besarnya pengaruh price, promotion dan physical evidence terhadap loyalitas secara partial maupun simultan.....	145
4.4.8 Besarnya pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pasien rawat inap di	

RS Bina Sehat	146
4.4.9 Besarnya pengaruh price, promotion, dan physical evidence terhadap loyalitas melalui kepuasan pasien.	147
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	148
5.1 Kesimpulan	148
5.2 Saran	151
DAFTAR PUSTAKA.....	154
LAMPIRAN	161

DAFTAR TABEL

No.	Halaman
1.1 Sebaran Kelas Rawat Inap RS Bina Sehat.....	5
1.2 Pesaing RS Bina Sehat.....	6
1.3 Jumlah Kunjungan Pasien Umum Instalasi Rawat Inap RS Bina Sehat pada tahun 2016-2018	6
1.4 Hasil Penelitian Pendahuluan	8
1.5 Kuesioner Bauran Pemasaran pada Bulan Oktober 2019	9
2.1 Dimensi – Dimensi <i>Physical Evidence</i>	41
2.2 Indikator Standar Minimal Rawat Inap	58
2.3 Penelitian Terdahulu	59
3.1 Operasionalisasi Variabel	84
3.2 Populasi Pasien yang Melakukan Pengobatan di Instalasi Rawat Inap RS Bina Sehat	87
3.3 Hasil Uji Validitas	92
3.4 Hasil Uji Reliabilitas	94
3.5 Klasifikasi Kategori Penilaian	98
3.6 Interpretasi Koefisien Korelasi	103
4.1 Sebaran Kelas Rawat Inap	110
4.2 Gambaran Karakteristik Responden	111
4.3 Hasil Uji Validitas	113
4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	114
4.5 Kriteria Interpretasi Rata-Rata Skor Jawaban	115
4.6 Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga.....	116
4.7 Jawaban Responden Mengenai Persepsi Promosi	117
4.8 Jawaban Responden Mengenai Persepsi Physical Evidence	118
4.9 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan	119
4.10 Jawaban Responden Mengenai Loyalitas	120
4.11 Interpretasi Koefisien Korelasi	123

4.12 Analisis Koefisien Korelasi	124
4.13 Pengaruh Price (X1), Promotion (X2) dan Physical Evidence (X3) terhadap Kepuasan Pasien (Y).....	125
4.14 Pengaruh Price (X1) terhadap Kepuasan Pasien (Y)	126
4.15 Pengaruh Promotion (X2) terhadap Kepuasan Pasien (Y)	128
4.16 Pengaruh Physical Evidence (X3) terhadap Kepuasan Pasien (Y).....	129
4.17 Pengaruh Price (X1), Promotion (X2), Physical Evidence (X3) dan Kepuasan Pasien (Y) terhadap Loyalitas Pasien (Z)	131
4.18 Pengaruh Price (X1) terhadap Loyalitas Pasien (Z)	133
4.19 Pengaruh Promotion (X2) terhadap Loyalitas Pasien (Z).....	134
4.20 Pengaruh Physical Evidence (X3) terhadap Loyalitas Pasien (Z)	135
4.21 Pengaruh Kepuasan Pasien (Y) terhadap Loyalitas Pasien (Z)	137
4.22 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	139

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Four Functions of Management</i>	17
Gambar 2.2 Pemasaran Sebagai Proses Penyelarasan.....	27
Gambar 2.3 <i>The Four P Components of Marketing Mix</i>	29
Gambar 2.4 Piramida Loyalitas	50
Gambar 2.5 Paradigma Penelitian	78
Gambar 3.1 Skala Diferensial Semantic	90
Gambar 3.2 Koefisien Jalur Model Struktural.....	99
Gambar 3.3 Substruktur Pertama	101
Gambar 3.4 Substruktur Kedua	101
Gambar 4.1 Model Struktural	122
Gambar 4.2 Hasil Analisis Koefeisen Korelasi	124
Gambar 4.3 Hasil Pengujian Sub Struktur 1.....	126
Gambar 4.4 Hasil Pengujian Sub Struktur 2.....	132
Gambar 4.5 Model Struktural Akhir.....	140