

Tesis Revisi Albert Fernandes

MM

by Albert Fernandes MM

Submission date: 09-Mar-2024 11:44AM (UTC+0700)

Submission ID: 2315757387

File name: Tesis_Cek_Turnitin.docx (898.2K)

Word count: 10283

Character count: 65404

**PERAN NORMA SUBJEKTIF DALAM MEMODERASI
PENGARUH EKUITAS MEREK DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP PROSES KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI
POLIKLINIK GARDENIA RSUP DR. KARIADI SEMARANG**

**"THE ROLE OF SUBJECTIVE NORMS IN MODERATE THE
INFLUENCE OF BRAND EQUITY AND PRODUCT
INNOVATION ON THE VISIT DECISION PROCESS AT THE
GARDENIA POLYCLINIC OF DR. KARIADI SEMARANG"**

Draft Tesis

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

Oleh:
ALBERT FERNANDES
NPM: 218.020.054



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS PASCASARJANA
UNIVERSITAS PASUNDAN
BANDUNG
2024**

¹ BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kesehatan merupakan faktor penting yang harus dijaga oleh manusia, dengan memiliki tubuh yang sehat dapat mencegah tubuh terserang dari adanya berbagai penyakit sehingga manusia dapat menjalankan aktivitasnya sehari-hari dengan penuh semangat. Pentingnya kesehatan bagi masyarakat Indonesia telah diatur dalam berbagai peraturan pemerintah dan Undang-undang. Undang-undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan yang telah disahkan dalam Rapat Paripurna DPR pada tanggal 11 Juli 2023. Undang-Undang Kesehatan yang baru diberlakukan pada tahun ini telah menjadi isu yang hangat dalam dunia kesehatan. Undang-undang ini memberikan arahan baru dalam pengaturan sistem kesehatan di Indonesia.

⁶⁴ Salah satu kebutuhan pokok yang harus dimiliki oleh masyarakat adalah kesehatan. ¹ Pengertian sehat menurut WHO (*World Health Organization*) adalah fisik, mental dan sosial yang harus dimiliki oleh seseorang dan juga keadaan sejahtera. Hal tersebut dapat membuat hidup seseorang menjadi lebih produktif dalam berbagai aspek. Berdasarkan ¹ UU No. 36 Tahun 2009 menjelaskan bahwa setiap individu memiliki hak atas kesehatan. Dalam memberikan perbaikan atas kinerja pemerintah dalam bidang tersebut, maka dapat digunakan angka harapan hidup agar kesejahteraan masyarakat dapat meningkat serta derajat kesehatan dapat tersebar secara merata pada masyarakat. Menurut Mariyanti & Mahfudz (2016), kesehatan dapat dikatakan buruk apabila juga memberikan dampak pada

kemiskinan, jika suatu negara memiliki penduduk yang sehat maka perekonomian juga akan ikut sehat. Menurut Bhaswara (2018), salah satu factor yang penting agar kemiskinan dapat berkurang adalah kesehatan.

Salah satu provinsi yang memiliki jumlah penduduk yang terbesar di Indonesia adalah Provinsi Jawa Tengah. Provinsi ini sudah mengalami banyak perubahan dan berkembang dalam berbagai aspek seperti pertumbuhan ekonomi dan infrastruktur. Berdasarkan data statistik, pertumbuhan penduduk Jawa Tengah terhadap Pulau Jawa hingga tahun 2015 adalah 13,22% dari 56,81% pertumbuhan penduduk Pulau Jawa terhadap Indonesia. Satu pencapaian pembangunan dalam *Millenium Development Goals* (2015) adalah tercapainya angka kemiskinan di bawah 10%. Pada tahun 2011- 2015, tingkat kemiskinan yang ada pada Provinsi Jawa Tengah mengalami penurunan yaitu dari 15,8% berubah menjadi 13,58%. Penurunan tersebut membuat pemerintah lebih terfokus dalam memabangun kehidupan yang bersih dan sehat bagi masyarakat (Bhaswara, 2018).

Secara nasional, menurut data yang terdapat di Departemen Kesehatan RI, 2012 penduduk yang telah memenuhi kriteria perilaku hidup bersih dan sehat baik terdapat di provinsi Jawa Tengah, dengan persentase sebesar 76,42%. Terdapat Sembilan (9) provinsi di Indonesia yang berada diatas target restar 2012 persentase ber-PHBS salah satunya adalah Jawa tengah. Sedangkan provinsi ber-PHBS terendah terdapat di Papua barat dengan persentase sebesar 25,50% (Pusat Promosi Kesehatan, Kemenkes RI, 2012).

Berbicara tentang hidup sehat dan besarnya jumlah penduduk di Jawa Tengah turut menjadi salah satu faktor pendukung penyebaran penyakit infeksi

serta membuat penyakit yang sering muncul salah satunya adalah penyakit kulit dan rambut ¹⁶ yang pada akhirnya akan mengakibatkan rendahnya kualitas sumber daya manusia. Pada tahun 2006 di Indonesia penderita penyakit kulit dan rambut mengalami kejadian cukup tinggi, penyakit ini terjadi akibat rendahnya perilaku hidup bersih dan sehat (PHBS). Pada tahun 2006 ditemukan penderita penyakit kulit dan rambut sebanyak 403.270 kasus dengan persentase sebesar 3,91% ¹⁶ (Ditjen Bina Yanmedik, Depkes RI, 2007).

Salah satu penunjang kesehatan bagi masyarakat dalam meningkatkan hidup bersih dan sehat adalah rumah sakit. ¹¹ Kesadaran masyarakat untuk memanfaatkan rumah sakit semakin ditunjang oleh banyaknya pilihan rumah sakit, sehingga rumah sakit bersaing dalam meningkatkan kualitas layanan untuk meraih dan mempertahankan pelanggannya. Peningkatan kualitas layanan di rumah sakit harus diiringi dengan usaha tertentu untuk menginformasikan kepada pelanggannya agar pelanggan dapat mengetahui keberadaan layanan rumah sakit (Akbar, ⁶⁷ 2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pasien dalam memilih suatu rumah sakit antara lain: layanan, perilaku tenaga kesehatan, suasana dan kondisi fisik lingkungan, dan produk yang diberikan (Irfan, 2012). ¹¹ Keputusan pasien menjadi suatu tolak ukur untuk pelayanan kesehatan yang diberikan oleh suatu instansi rumah sakit atau tenaga kesehatan yang bekerja. Masalah kepuasan pasien menjadi susah dipenuhi memang sudah menjadi rahasia umum, karena bergerak di bidang jasa sehingga banyak hal mengenai kepuasan pasien dinilai secara subjektif.

⁶³ Pandemi Covid-19 membawa dampak di berbagai sektor termasuk rumah sakit, hampir semua rumah sakit saat pandemi mengalami penurunan jumlah pasien baik rawat inap, pelayanan tindakan medis maupun kunjungan untuk konsultasi di poliklinik rawat jalan. Pada sisi lain persaingan rumah sakit dalam memberikan pelayanan kesehatan kepada pasien semakin tinggi, banyak inovasi-inovasi pelayanan diciptakan oleh semua rumah sakit dengan tujuan agar memudahkan serta memberikan kenyamanan agar pasien tetap datang kembali untuk melakukan kunjungan sesuai kebutuhan pasien rumah sakit. Pada perkembangannya, pandemi secara perlahan mulai berakhir, masyarakat sudah tidak memiliki ketakutan lagi untuk berobat di rumah sakit.

⁶¹ Menurut Badan Pusat Statistik, jumlah rumah sakit di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Tercatat bahwa pada tahun 2020, Indonesia memiliki 2.423 rumah sakit umum dan 536 rumah sakit khusus, sedangkan pada tahun 2021 terdapat 2.514 rumah sakit umum dan 598 rumah sakit khusus. Termasuk pertumbuhan rumah sakit juga terjadi di Provinsi Jawa Tengah seperti disajikan dalam tabel berikut.

⁶⁵ **Tabel 1.1** Pertumbuhan Rumah Sakit di Jawa Tengah

Rumah Sakit	Tahun	
	2020	2021
Rumah Sakit Umum	267	275
Rumah Sakit Khusus	43	49
Puskesmas	878	879
Jumlah	1188	1203
Pertumbuhan	1,26%	

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Pertumbuhan jumlah rumah sakit di Jawa Tengah membuat kegiatan usaha bidang kesehatan menjadi kompetitif. Masing-masing instansi rumah sakit

berlomba dalam menarik pasien untuk berobat secara benar. ¹ Salah satu rumah sakit yang memberikan pelayanan terhadap kesehatan kulit dan rambut di Jawa Tengah adalah Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang. ¹² Rumah Sakit Umum Pusat (RSUP) Dr. Kariadi merupakan rumah sakit yang dijadikan rujukan dari rumah sakit lain di wilayah Jawa Tengah. ¹ Kebijakan Direktur Umum RSUP Dr. Kariadi Semarang No. Kp. 0802/I.IV/678/2011 tentang dijelaskan bahwa : Setiap dokter dan tenaga kesehatan tertentu dalam memberikan pelayanan kepada pasien.

Berbagai strategi diterapkan manajemen rumah sakit untuk memberikan pelayanan terbaik dalam membantu permasalahan pasien, namun dalam perkembangannya Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang dihadapkan pada penurunan jumlah pasien seperti ²³ disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 1.2 Data Jumlah Kunjungan Pasien

Bulan	Tahun		Perubahan (%)
	2021	2022	
Mei	234	231	-1,3
Juni	229	218	-4,8
Juli	236	227	-3,8
Agustus	224	209	-6,7
September	245	212	-13,5
Oktober	223	211	-5,4
Jumlah	1391	1308	-6,0

Sumber: Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang (2022)

Terjadinya fluktuasi jumlah pasien di Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang tidak terlepas dari keputusan pasien untuk berkunjung yang

kurang yang disebabkan oleh berbagai faktor baik eksternal rumah sakit maupun faktor internal dari perilaku pasien sendiri. Perilaku pasien dalam mengambil keputusan melakukan kunjungan ke rumah sakit ditentukan oleh internal perilaku pasien tentang motivasi pasien untuk sembuh dari penyakit yang dialami. Keputusan berkunjung dapat mengarah pada bagaimana proses pengambilan keputusan tersebut dilakukan (Schiffman & Kanuk dalam Sumarwan, 2010).

Konsep keputusan berkunjung menegaskan bahwa kesuksesan organisasi dalam mewujudkan tujuannya sangat dipengaruhi oleh kemampuannya dalam mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan sasaran dan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dari pada pesaingnya. Konsep ini juga sangat penting artinya bagi manajemen rumah sakit yang merupakan institusi pelayanan jasa untuk dapat memberikan pelayanan prima kepada pasiennya agar tercipta tingkat loyalitas yang tinggi terhadap rumah sakit. Dengan demikian rumah sakit dituntut agar mampu meningkatkan tanggapan positif dari pasien atas pengantaran jasa yang diberikan (Ridwan et al, 2010).

Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan tentang keputusan berkunjung menunjukkan adanya keputusan berkunjung pasien di Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang masih kurang tinggi. Berikut disajikan hasil survey pendahuluan keputusan berkunjung.

Tabel 1.3 Survey Pendahuluan Keputusan Berkunjung

No	Item pertanyaan	Jawaban		Jumlah
		Ya	Tidak	
1	Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang karena	17 (57%)	13 (43%)	30 (100%)

	membutuhkan layanan kesehatan rambut dan kulit			
	Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia			
2	RSUP Dr. Kariadi Semarang bertujuan menggunakan layanan kesehatan rambut dan kulit	16 (53%)	14 (47%)	30 (100%)
	Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia			
3	RSUP Dr. Kariadi Semarang karena adanya penyediaan layanan kesehatan rambut dan kulit	18 (60%)	12 (40%)	30 (100%)
	Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia			
4	RSUP Dr. Kariadi Semarang karena tertarik dengan penyediaan layanan kesehatan rambut dan kulit	17 (57%)	13 (43%)	30 (100%)
	Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia			
5	RSUP Dr. Kariadi Semarang karena kualitas layanan kesehatan yang diberikan kategori baik	16 (53%)	14 (47%)	30 (100%)
	Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia			
6	RSUP Dr. Kariadi Semarang karena produk layanan kesehatan yang ditawarkan sesuai kebutuhan	18 (60%)	12 (40%)	30 (100%)
	Saya memutuskan berkunjung ke Poliklinik			
7	Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang melalui berbagai pertimbangan	17 (57%)	13 (43%)	30 (100%)
	Saya memantapkan berkunjung ke			
8	Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang melalui berbagai pertimbangan	16 (53%)	14 (47%)	30 (100%)

Sumber: Survey Pendahuluan, diolah (2023)

Berdasarkan tabel 1.3. tentang survey pendahuluan keputusan berkunjung terhadap 30 pasien yang berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang menyetujui (57%) bahwa “Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang karena membutuhkan layanan kesehatan rambut dan kulit” sedangkan yang tidak menyetujui sebesar 43%. Menyetujui (53%) bahwa “Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang bertujuan menggunakan layanan kesehatan rambut dan kulit” dan sebanyak 47% masih belum setuju. Pasien setuju sebanyak 60% bahwa “Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang karena adanya penyediaan layanan kesehatan rambut dan kulit” sedangkan yang tidak setuju 40%. Pasien setuju bahwa “Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang karena tertarik dengan penyediaan layanan kesehatan rambut dan kulit” sebesar 57% sedangkan 43% belum menyetujui. Pasien yang setuju sebesar 53% menyatakan bahwa “Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang karena kualitas layanan kesehatan yang diberikan kategori baik” dan tidak setuju 47%. Pasien yang setuju bahwa “Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang karena produk layanan kesehatan yang ditawarkan sesuai kebutuhan” sebesar (60%) sedangkan tidak setuju sebesar (40%). Pasien menyetujui bahwa “Saya memutuskan berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang melalui berbagai pertimbangan” sebesar 57% dan tidak setuju 43%. Pasien menyatakan setuju bahwa “Saya memantapkan berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang melalui berbagai pertimbangan” sebesar (53%) yang tidak setuju sebesar (47%).

Berdasarkan hasil survey pendahuluan dapat disimpulkan bahwa keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang masih kurang tinggi. Manajemen Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang harus dapat meningkatkan keputusan berkunjung pasien untuk tahun-tahun berikutnya. Hal ini yang menjadi alasan untuk dilakukannya penelitian di Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang dan bagaimana cara meningkatkan keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang dan faktor apa saja yang dapat mempengaruhinya.

Keputusan berkunjung pasien ke rumah sakit dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kepuasan pasien, kepercayaan pasien, ekuitas merek, inovasi produk, norma subjektif, kualitas pelayanan dan lain sebagainya. Namun dalam penelitian ini keputusan berkunjung dapat dipengaruhi oleh ekuitas merek, inovasi produk dan norma subjektif. Kurangnya keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang salah satunya disebabkan adanya ekuitas merek yang belum kuat di kalangan masyarakat. Persaingan yang terjadi pada bisnis kecantikan di Semarang juga cukup ketat, hal ini terlihat banyaknya klinik kecantikan yang ada di Semarang.

Poliklinik Gardenia Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang memberikan beberapa jenis layanan yaitu:

1. Pelayanan Kosmetik Klinik: a) Skin Analyzer, b) Facial, c) Peeling, d) Microdermabrasi, e) Laser, f) Radio Frekuensi, g) Platelet Rich Plasma
2. Pelayanan Gizi Klinik: a) Weigh loss management, b) Body composition analyzer, c) Terapi gizi untuk kehamilan, d) Terapi gizi untuk kesuburan.

3. Pelayanan Gigi dan Mulut: a) Veneer, b) Bleaching, c) Mahkota gigi, d) Mahkota jembatan, e) Implant gigi, f) Operasi gigi, g) Perawatan gigi anak.

¹⁵ Meski ada banyak klinik kecantikan tentu tidak bisa asal pilih. Apalagi kalau pilihannya hanya berdasarkan harga. Konsumen yang bujak harus jeli memilih. Terutama berdasarkan tingkat keamanan, pelayanan dan kecocokan. Untuk itu pada ulasan kali ini parasayu.net akan memberikan beberapa informasi klinik kecantikan di Semarang yang bagus dan berkualitas. Berikut disajikan *top brand* klinik kecantikan yang ada di Semarang pada tahun 2023 yang dikeluarkan oleh parasayu.net.

⁶⁸ **Tabel 1.4** Top Brand Klinik Kecantikan di Semarang Tahun 2023

No	Klinik	Jenis Perawatan
1	Erha Klinik.	Perawatan wajah dan tubuh
2	Klinik Kecantikan Syar' i RS Remani	Perawatan wajah, tubuh, kuku dan rambut
3	Kusuma Beauty Lab.	Layanan facial, mesoterapi, alis dan penghapusan tato pada kulit
4	Dr Tunjung Skin Care	Layanan spa atau refleksi
5	Premiera Skincare	Perawatan kecantikan
6	Athena	Perawatan kecantikan
7	E'derma Clinic	Perawatan kecantikan
8	QEZA Aesthetic Clinic	Perawatan kecantikan
9	SuperSkin Beauty Clinic	Perawatan kecantikan
10	Natasha Skin Clinic Center	Perawatan wajah, perawatan kulit tubuh, <i>skincare</i>

Sumber: <https://parasayu.net/klinik-kecantikan-di-semarang/>

Dalam instansi rumah sakit sangat diperlukan ekuitas merek. Sebuah merek dari rumah sakit memiliki ekuitas merek yang positif ketika pasien bereaksi lebih baik terhadapnya daripada versi generik atau tidak bermerek dari produk yang sama. Ekuitas merek sering kali menjadi penghambat bagi pesaing, hal ini

juga berdasarkan pada visibilitas terhadap merek dan bagaimana keterkaitan antara manfaat secara ekspresif dan emosional yang mampu berjalan dan tidak dapat diganggu dengan mudah (Aaker dalam Aris Ananda, 2011:63). Ekuitas merek merupakan salah satu acuan yang mampu untuk mendapatkan preferensi dan loyalitas konsumen (Kotler & Armstrong dalam Priansa, 2018). Rumah sakit yang telah dikenal secara luas dan mampu memberikan pengobatan yang baik akan cenderung dipilih oleh pasien.

Perkembangan yang terjadi pada bidang kesehatan dapat memberikan persaingan yang ketat pada berbagai rumah sakit. Hal ini membuat rumah sakit harus dapat memberikan inovasi yang terus-menerus agar dapat memberikan suatu hal yang tidak dimiliki oleh pesaingnya. Pada saat ini, selain berfokus pada atribut fungsional maka rumah sakit juga harus mampu memberikan inovasi pada produk jasa sehingga mampu mengaitkan dengan merek dan citra perusahaan. Hal tersebut disebut sebagai ⁷³ ekuitas merek (*brand equity*) yang merupakan suatu kekuatan yang dimiliki dan dapat dijanjikan sebagai nilai kepada konsumen serta memberikan kepuasan pada konsumen tersebut (Samsudi & Sutarni, 2020).

Kaitannya dengan suatu pencitraan Poliklinik Gardenia ¹² RSUP Dr. Kariadi Semarang yang merupakan rumah sakit yang dijadikan rujukan dari rumah sakit lain di wilayah Jawa Tengah, diwajibkan untuk mampu memberikan *brand equity* yang baru, hal ini bertujuan untuk memberikan ketahanan hidup dan dapat menghadapi berbagai tantangan yang berasal dari berbagai aspek baik itu internal atau eksternal rumah sakit. Pihak manajemen Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang diharapkan mampu memberikan antisipasi pada tantangan-

tantangan yang akan dihadapi, dan juga mampu ¹³ menciptakan atribut ekuitas merek guna menciptakan loyalitas pelanggan (Samsudi & Sutarni, 2020).

Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan tentang ekuitas merek menunjukkan adanya ekuitas merek yang dimiliki Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang masih kurang tinggi. Berikut disajikan hasil survey pendahuluan ekuitas merek.

Tabel 1.5 Survey Pendahuluan Ekuitas Merek

No	Item pertanyaan	Jawaban		Jumlah
		Ya	Tidak	
1	¹⁴ Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki nama yang cukup dikenal masyarakat Semarang	18 (60%)	12 (40%)	30 (100%)
2	¹⁴ Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki nama yang diingat masyarakat	17 (57%)	13 (43%)	30 (100%)
3	¹⁴ Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki atribut yang lengkap untuk perawatan rambut dan kulit	18 (60%)	12 (40%)	30 (100%)
4	¹⁴ Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki manfaat yang dibutuhkan masyarakat	16 (53%)	14 (47%)	30 (100%)
5	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki kualitas perawatan rambut dan kulit yang baik	18 (60%)	12 (40%)	30 (100%)
6	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki manfaat yang baik dalam perawatan rambut dan kulit	17 (57%)	13 (43%)	30 (100%)
7	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi	17	13	30

	Semarang disukai oleh masyarakat sekitar	(57%)	(43%)	(100%)
	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi			
8	Semarang menjadi tujuan utama dalam perawatan rambut dan kulit	16 (53%)	14 (47%)	30 (100%)

Sumber: Survey Pendahuluan, diolah (2023)

Berdasarkan tabel 1.5 tentang survey pendahuluan ekuitas merek terhadap 30 pasien menyetujui (60%) bahwa “Poliklinik Gardenia di ¹⁴RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki nama yang cukup dikenal masyarakat Semarang” sedangkan yang tidak menyetujui sebesar 40%. Menyetujui (57%) bahwa “Poliklinik Gardenia ¹⁴di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki nama yang diingat masyarakat” dan sebanyak 43% masih belum setuju. Karyawan setuju sebanyak 60% yang menyatakan bahwa “Poliklinik Gardenia ⁴di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki atribut yang lengkap untuk perawatan rambut dan kulit” sedangkan yang tidak setuju 40%. Pasien setuju bahwa “Poliklinik Gardenia ¹⁴di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki manfaat yang dibutuhkan masyarakat” sebesar 53% sedangkan 47% belum menyetujui. Pasien yang setuju bahwa “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki kualitas perawatan rambut dan kulit yang baik” sebesar (60%) sedangkan tidak setuju sebesar (40%). Pasien setuju sebesar 57% yang menyatakan bahwa “Poliklinik Gardenia ⁴di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki manfaat yang baik dalam perawatan rambut dan kulit” dan tidak setuju 43%. Pasien menyetujui bahwa “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang disukai oleh masyarakat sekitar” sebesar 57% dan tidak setuju 43%. Pasien yang setuju bahwa “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr.

Kariadi Semarang menjadi tujuan utama dalam perawatan rambut dan kulit sebesar (53%) yang tidak setuju sebesar (47%).

Berdasarkan hasil survey pendahuluan dapat disimpulkan bahwa tingkat ekuitas merek Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang masih kurang tinggi. Faktor-faktor yang mempengaruhi ekuitas merek di RSUP Dr. Kariadi terdiri dari kesadaran merek, persepsi terhadap kualitas, asosiasi merek dan loyalitas merek. Hal ini yang menjadi alasan untuk dilakukannya penelitian bagaimana cara meningkatkan ekuitas merek Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang untuk meningkatkan keputusan berkunjung pasien.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung adalah inovasi produk. Inovasi produk adalah menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil di pemasaran. Inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk (Kotler dan Keller dalam Yanuar, Nurul dan Budi, 2017:67).

Persaingan yang semakin kompetitif ini menuntut rumah sakit untuk menciptakan pemikiran-pemikiran baru dari pelayanan yang diberikan kepada pasien untuk mempertahankan agar tidak beralih ke rumah sakit pesaing. Harapan rumah sakit dari mempertahankan pasien yaitu untuk menstabilkan dan meningkatkan penjualan pada saat penjualan mengalami penurunan, sehingga tingkat kepuasan pasien menjadi faktor penting pada saat rumah sakit menciptakan dan mempertahankan pasien. Untuk mewujudkan pasien menjadi puas terhadap Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang yang merupakan rumah sakit yang dijadikan rujukan dari rumah sakit lain di wilayah Jawa Tengah,

strategi rumah sakit ¹ yang diterapkan dalam jasa layanannya yaitu peningkatan kualitas layanan dan inovasi layanan yang memiliki peranan penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran dari rumah sakit. Kualitas layanan dapat dimaknai sebagai strategi yang dilakukan rumah sakit untuk mengukur dari kinerja pemasaran rumah sakit (Zakiya & Wartini, 2015).

Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan tentang inovasi produk menunjukkan adanya inovasi produk yang dilakukan pada Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang masih kurang inovatif. Berikut disajikan hasil survey pendahuluan inovasi produk.

Tabel 1.6 Survey Pendahuluan Inovasi Produk

No	Item pertanyaan	Jawaban		Jumlah
		Ya	Tidak	
Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi				
1	Semarang membuat pengembangan produk kecantikan untuk memenangkan persaingan	16 (53%)	14 (47%)	30 (100%)
Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi				
2	Semarang melakukan pengembangan produk kecantikan yang belum ada di pasaran	17 (57%)	13 (43%)	30 (100%)
Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi				
3	Semarang menawarkan produk kecantikan yang memiliki keunikan yang berbeda	18 (60%)	12 (40%)	30 (100%)
Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi				
4	Semarang menawarkan produk kecantikan dengan jenis yang berbeda	16 (53%)	14 (47%)	30 (100%)

	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi			
5	Semarang membuat produk kecantikan dengan inovasi metode yang berbeda di pasaran	18 (60%)	12 (40%)	30 (100%)
	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi			
6	Semarang membuat produk kecantikan yang unik	17 (57%)	13 (43%)	30 (100%)

Sumber: Survey Pendahuluan, diolah (2023)

Berdasarkan tabel 1.6. tentang survey pendahuluan inovasi produk terhadap 30 pasien menyetujui (53%) bahwa “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang membuat pengembangan produk kecantikan untuk memenangkan persaingan” dan sebanyak 47% belum setuju. Pasien setuju sebanyak 57% bahwa “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang melakukan pengembangan produk kecantikan yang belum ada di pasaran” sedangkan yang tidak setuju 43%. Pasien setuju bahwa “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang menawarkan produk kecantikan yang memiliki keunikan yang berbeda” sebesar 60% sedangkan 40% belum menyetujui. Pasien yang setuju sebesar 53% bahwa “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang menawarkan produk kecantikan dengan jenis yang berbeda” dan tidak setuju 47%. Pasien yang setuju bahwa “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang membuat produk kecantikan dengan inovasi metode yang berbeda di pasaran” sebesar (60%) sedangkan tidak setuju sebesar (40%). Pasien menyetujui bahwa “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang membuat produk kecantikan yang unik” sebesar 57% dan tidak setuju 43%.

Berdasarkan hasil survey pendahuluan dapat disimpulkan bahwa inovasi produk yang dimiliki Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang masih kurang inovatif. Faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi produk pada RSUP Dr. Kariadi adalah orientasi pasar, orientasi teknologi, keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran. Hal ini yang menjadi alasan untuk dilakukannya penelitian bagaimana cara meningkatkan inovasi produk pada Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang untuk meningkatkan keputusan berkunjung pasien.

Untuk memperluas pasaran tidaklah cukup dengan merancang dan melaksanakan program pemasaran yang dilakukan kreatif tetapi harus disertai dengan meningkatkan kualitas barang dan jasa melalui penciptaan inovasi produk. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah suatu produk, inovasi akan menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi pasien. Salah satu bentuk inovasi produk yang dilakukan oleh Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang yaitu inovasi untuk atasi kebutakan. Layanan baru dengan metode *platelet rich plasma* (PRP) tersebut merupakan inovasi yang teruji secara medis. Melalui inovasi produk tersebut, masyarakat datang ke rumah sakit tidak hanya karena sakit, tapi ada layanan lainnya. Layanan di rumah sakit tersebut, dilengkapi dengan klinik virtual, semacam *telemedicine*, untuk mengatasi kendala jarak bagi mereka yang ingin berobat atau konsultasi. Melalui inovasi produk, maka akan meningkatkan keputusan pasien untuk berkunjung ke klinik, hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menyebutkan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Rismawati & Oktini, 2018).

Sementara itu, dalam *the theory planned behavior* menjelaskan bahwa niat dan perilaku didasari atas tiga faktor yang mempengaruhinya seperti sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku dikemukakan Bandura (Ajzen dalam Ni Luh, 2015). Norma subjektif adalah perasaan atau harapan seseorang terhadap harapan orang-orang dalam hidupnya mengenai melakukan tindakan atau tidak dilakukan, yang mana persepsi atau pandangan seseorang tentang keyakinan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan (Rahadjeng & Fiandari, 2020). Keyakinan normatif yang mudah diakses dalam memori bergabung untuk menghasilkan tekanan sosial yang dirasakan atau norma subjektif sehubungan dengan melakukan perilaku (Ajzen dalam Ni Luh, 2015). Faktor norma subjektif juga menjadi pertimbangan, yang mana seringkali pasien memutuskan berobat atas rekomendasi dari orang terdekat mulai dari keluarga, teman maupun kerabat.

Melalui kajian dari penelitian sebelumnya diperoleh bahwa ekuitas merek berpengaruh terhadap kunjungan pasien (Ernawaty, et al., 2020). Variabel inovasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan (Sujarwo & Matrutry, 2021). Norma subjektif mempengaruhi pengambilan keputusan (Fadilla, et al., 2018). Norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap keputusan (Arief, et al., 2020). Dengan demikian, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai “Peran Norma Subjektif Dalam Memoderasi Pengaruh Ekuitas Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Proses Keputusan Berkunjung Di Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan pada Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Keputusan berkunjung pasien poliklinik gardenia Semarang terlihat mulai mengalami penurunan
2. Tingkat ekuitas merek Poliklinik Gardenia Semarang masih kurang tinggi
3. Harus berinovasi dalam hal produk, pelayanan dan penyesuaian tarif yang sesuai dengan pasarnya
4. Pencapaian target poliklinik gardenia Semarang masih belum tercapai
5. Banyaknya pesaing yang muncul di pasaran sehingga poliklinik gardenia Semarang harus dapat memenangkan *branding strategy*
6. Sulitnya membangun citra poliklinik yang kuat, serta mempertahankan citra tersebut
7. Tidak semua pasien/konsumen mengerti produk yang ditawarkan
8. Kurangnya komunikasi secara langsung dengan konsumen/pasien mengenai pelayanan yang diberikan

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana ekuitas merek Poliklinik gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang

2. Bagaimana inovasi produk Poliklinik Gardenia di ³⁴ RSUP Dr. Kariadi Semarang
3. Bagaimana norma subjektif terhadap Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang
4. Bagaimana keputusan berkunjung di Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang
5. ¹⁷ Seberapa besar pengaruh ekuitas merek, inovasi produk, norma subjektif terhadap keputusan berkunjung di Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang
6. Seberapa besar pengaruh norma subjektif dalam memoderasi inovasi produk terhadap keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang

1.4 ¹ Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan menemukan:

1. Pengaruh ekuitas merk terhadap keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP ⁴⁶ Dr. Kariadi Semarang
2. Pengaruh inovasi produk terhadap keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP ⁴⁶ Dr. Kariadi Semarang
3. Pengaruh norma subjektif terhadap keputusan berkunjung pasien di Poliklinik ⁴ Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang

4. Pengaruh keputusan berkunjung di Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang
5. Pengaruh ekuitas merek, inovasi produk dan norma subjektif dalam memoderasi keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang
6. Pengaruh norma subjektif dalam memoderasi inovasi produk terhadap keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang

⁴¹ 1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoretis

Secara teoretis, hasil penelitian ini penulis berharap menjadi referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan melakukan pendekatan-pendekatan terhadap variabel lain selain yang penulis teliti.

³⁹ 1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi bagi Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan pasien yang datang serta menjadi pedoman dalam menjaga meningkatkan ekuitas merek dan kepercayaan pasien.

BAB IV

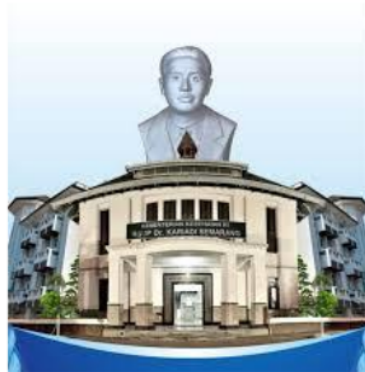
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada sub bab ini penulis akan memaparkan hasil penelitian di Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi tentang gambaran umum Rumah Sakit serta aspek-aspek yang ada di dalamnya.

4.1.1 Sejarah Berdiri RSUP Dr. Kariadi

Didirikan pada jaman penjajahan Belanda tanggal 9 September 1925 dikenal dengan nama Centrale Buzgerlijke Ziekewisichting (CBZ) - (9 September dijadikan sebagai HUT RSUP Dr. Kariadi) kemudian pada jaman penjajahan Jepang menjadi "Purusara" (Pusat Rumah Sakit Rakyat).



Gambar 4.1 RSUP Dr. Kariadi

30 Periode 1925 - 1942 (Masa Pemerintahan Hindia Belanda)

Awal mula munculnya ide dan gagasan dari dr. N.F. Liem yang bertujuan untuk menyatukan dua rumah sakit yang berada di Tawang (Rumah Sakit Kota) dengan

yang ada di Semarang (Rumah Sakit Kota Pembantu). Hal tersebut terjadi pada tahun 1919, yang diawali dengan dibangunnya rumah sakit yang lebih besar. Pembangunan dilakukan pada tahun 1920 dengan waktu lima tahun.

Bertepatan pada September 1925 yaitu terbangunnya Centrale Burgerlijke Ziekeninrichting (CBZ) yaitu rumah sakit yang memiliki fasilitas berupa 500 ruang inap, bangsal besar, dan lain sebagainya. Pada saat itu, sudah terdapat beberapa spesialis pada bagian penyakit dalam, bedah, kebidanan, dan kandungan. Melihat bangunan yang memisahkan poliklinik dengan ruang rawat inap maka bangunan diperbaiki agar dapat lebih efisien, membangun rumah untuk dokter serta karyawan sehingga memudahkan petugas dalam memenuhi kebutuhan pasien dengan cepat memberikan tindakan jika gawat darurat.

Rumah sakit ini memiliki direktur pertama yaitu dr. N.F. Liem, yang mana nama tersebut dimanfaatkan untuk menamai jalan yang ada pada kompleks rumah sakit. Pada periode ini, rumah sakit membangun bangunan yang baru berupa bagian THT, mata dan kulit kelamin. Hal ini berjalan seiring dengan dibangunnya Rumah Sakit Tentara Semarang yang mana rumah sakit tersebut memiliki dokter yang ahli di bidangnya.

Periode 1942 - 1945 (Zaman Pendudukan Jepang)

Tahun 1942-1945 merupakan masa pendudukan Jepang dimana perubahan pada rumah sakit tidak banyak terjadi. Hal ini dikarenakan Jepang berperan sebagai penerus dalam menjalankan usaha yang telah ada sebelumnya. Pada masa pendudukan Jepang, terjadi perpindahan poliklinik yang awalnya berdampingan dengan kantor administrasi.

Selain itu, pada masa ini tidak terdapat satu pun ¹⁸ orang Jepang yang bekerja di rumah sakit tersebut. Hal ini memberikan keuntungan bagi pemuda setempat karena mereka dapat bergabung dengan pejuang yang ada di rumah sakit tersebut. Setelah Jepang maka pendudukan Belanda memanfaatkan kekosongan yang ada di rumah sakit. Namun hal itu juga membuat rumah sakit tersebut dipimpin kembali oleh bangsa Indonesia sendiri.

Periode 1945 - 1950 (Masa Revolusi/Peralihan)

Pada masa ini bertepatan dengan kemerdekaan Indonesia, namun juga terjadi pertempuran yang mengakibatkan gugurnya Dr. M. Kariadi beserta beberapa karyawan rumah sakit lainnya. Dengan begitu, setiap bertepatan dengan hari pertempuran terjadi maka diperingati di rumah sakit tersebut.

Bertepatan dengan hal tersebut, datangnya NICA ke Semarang membuat banyak sekali dokter dan karyawan kesehatan memilih untuk meninggalkan kota tersebut dan berpindah ke daerah lain. Namun, karyawan yang lain masih tetap dibolehkan untuk tetap menetap ³⁰ di rumah sakit tersebut sebagai non-kooperator.

¹⁸**Periode 1950 - sampai sekarang**

Setelah kedaulatan Indonesia, rumah sakit berganti nama dari RSUP menjadi RS Dokter Kariadi pada 14 April 1964. Bergantinya nama rumah sakit ini membuat pada pimpinan berpikir keras dalam mengembangkan pembangunan agar sesuai dengan keadaan sekitar. Hal ini juga diharapkan agar masyarakat juga lebih mengerti akan kesehatan dan dengan menambahkan berbagai fasilitas.

4.1.2 Profil RSUP Dr. Kariadi



Gambar 4.2 RSUP Dr. Kariadi

Didirikan pada jaman penjajahan Belanda tanggal 9 September 1925 dikenal dengan nama Centrale Buzgerlijke Ziekewisiching (CBZ)-(9 September dijadikan sebagai HUT RSUP Dr. Kariadi) kemudian pada jaman penjajahan Jepang menjadi "Purusara" (Pusat Rumah Sakit Rakyat).

RSUP Dr. Kariadi adalah Satuan Kerja/Unit Pelaksana Teknis yang berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Direktur Jenderal Pelayanan Kesehatan Kementerian Kesehatan RI. Berdasarkan SK Menkes No. 1243/Menkes/SK/VIII/2005 telah ditetapkan menjadi Badan Layanan Umum (BLU), dengan menerapkan fleksibilitas pengelolaan keuangan sesuai dengan yang telah diamanatkan dalam PP No.23 Tahun 2005.

RSUP Dr. Kariadi Semarang merupakan Rumah Sakit terbesar sekaligus berfungsi sebagai Rumah Sakit rujukan bagi wilayah Jawa Tengah. Saat ini RSUP Dr. Kariadi adalah Rumah Sakit kelas A Pendidikan dan berfungsi sebagai Rumah sakit Pendidikan bagi dokter, dokter spesialis, dan sub spesialis dari FK UNDIP, dan Institusi Pendidikan lain serta tenaga kesehatan lainnya.

Tugas pokok RSUP Dr. Kariadi adalah menyelenggarakan upaya penyembuhan dan pemulihan yang dilaksanakan secara serasi, terpadu dan berkesinambungan dengan upaya peningkatan kesehatan dan pencegahan serta melaksanakan upaya rujukan dan upaya lain sesuai dengan kebutuhan. RSUP Dr. Kariadi sebagai Rumah Sakit vertikal Kelas A Pendidikan

4.1.3 Poliklinik Gardenia

8 Seiring dengan peningkatan kebutuhan masyarakat akan kesehatan kulit dengan kesan estetika yang baik maka dibutuhkan ketersediaan Klinik Estetik Terpadu “Gardenia” yang bermutu dan profesional. Klinik Estetik Terpadu “Gardenia” merupakan salah satu bidang pelayanan Estetika, yaitu perpaduan antara kosmetik, obat (pharmaceutical) dan rekontruksi.

Saat ini banyak penyedia pelayanan perawatan kulit & kecantikan namun kenyataannya tidak dibekali dengan kompetensi yang sesuai, yang berakibat pada keluhan & ketidakpuasan pasien. Untuk itu perlu dikembangkan pelayanan Klinik Estetik Terpadu “Gardenia” di RSUP Dr. Kariadi dengan tenaga yang kompeten dan profesional serta dilengkapi dengan fasilitas teknologi yang unggul.

Petugas penyedia pelayanan Klinik Estetik Terpadu “Gardenia” adalah Dokter Spesialis Kulit dan Kelamin, Dokter Spesialis Bedah Plastik, Dokter Spesialis Gizi dan Dokter Spesialis Gigi. Perawat dengan keahlian perawatan kulit bedah plastik, gizi dan gigi yang diberi pelatihan khusus.

49 4.1.4 Gambaran Umum Responden Penelitian

Responden pada penelitian ini adalah pasien dari yang berkunjung ke Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang, dan berada di tempat saat

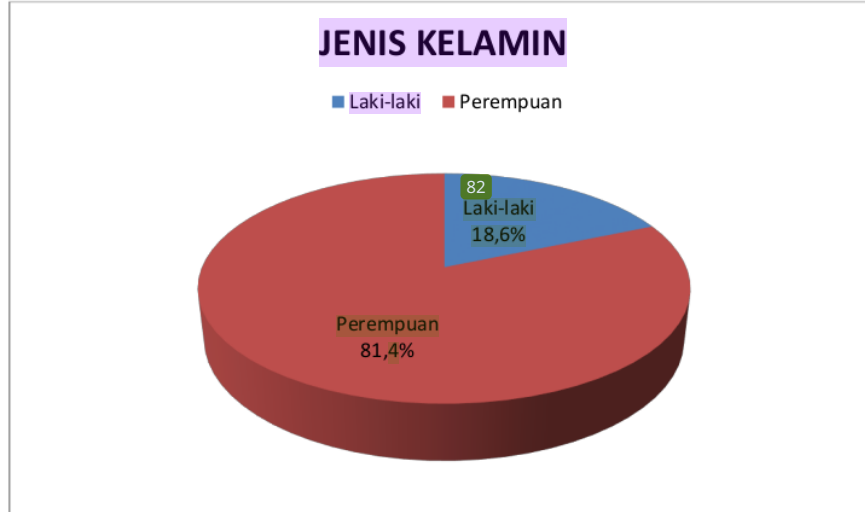
dilakukan penyebaran kuesioner. ⁶⁰ Penentuan responden dilakukan dengan teknik *purposive sampling* sehingga diperoleh sebanyak 140 pasien. Deskripsi mengenai karakteristik responden disajikan dalam tabel berikut.

⁴³ **Tabel 4.1** Deskripsi Responden Penelitian

		Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	26	18,6%
	Perempuan	114	81,4%
	Total	140	100,0%
Umur	> 17 – 26 tahun	5	3,6%
	> 47 tahun	3	2,1%
	27 – 36 tahun	84	60,0%
	37 – 46 tahun	48	34,3%
	Total	140	100,0%
Pendidikan	D3	8	5,7%
	S1	91	65,0%
	S2	1	0,7%
	SLTA	40	28,6%
	Total	140	100,0%

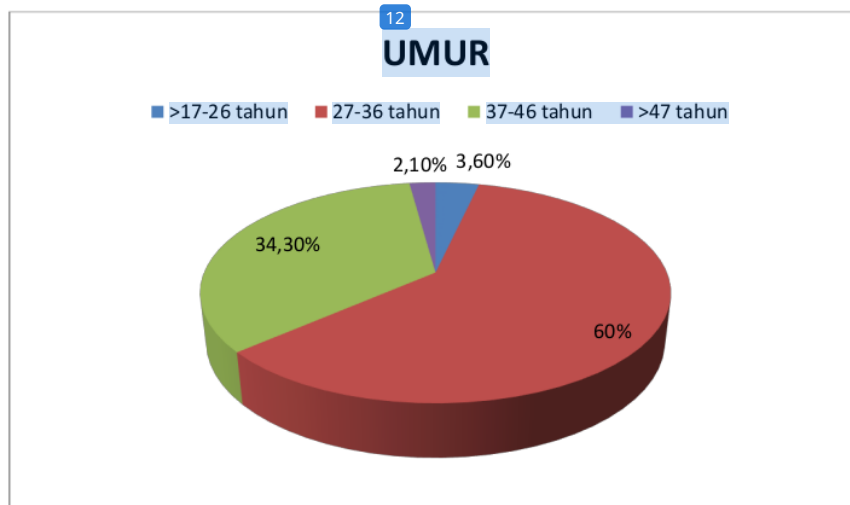
Sumber: Data diolah (2024)

Responden dalam ²³ penelitian ini didominasi oleh responden perempuan dengan persentase sebesar 81,4% sedangkan responden laki - laki hanya ada 18,5% saja. Hal ini dikarenakan perempuan mempunyai insting dasar dalam menjaga penampilan. Selain itu rambut dan kulit merupakan mahkota yang besar bagi perempuan dalam mempengaruhi penampilan mereka. Berikut merupakan gambar grafik gambaran umum ⁵¹ responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini:



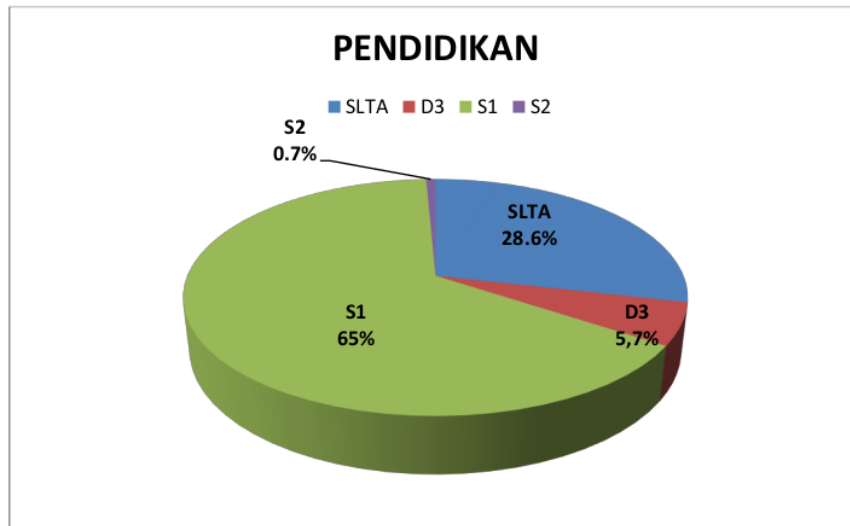
Gambar 4.3 Grafik Jenis Kelamin

Usia pasien dalam rentang 27 – 36 tahun menjadi yang terbanyak dengan persentase mencapai 60% hal ini dikarenakan rentang usia tersebut kulit cenderung berada dalam keadaan yang baik, elastis dan memiliki kolagen yang berlimpah. Saat memiliki usia 36 tahun keatas kondisi kulit pada umumnya memiliki kerentanan dalam mengalami masalah penuaan. Sedangkan usia responden diatas 47 tahun menjadi yang terkecil dengan persentase yaitu 0,21%. Berikut merupakan gambar grafik gambaran umum responden berdasarkan umur pada penelitian ini :



Gambar 4.4 Grafik Umur

Pendidikan pasien didominasi oleh lulusan S1 sebesar 65% hal ini dikarenakan seseorang yang merupakan lulusan S1 memiliki usia yang relative peduli akan kesehatan rambut dan kulit. Selain itu, pasien yang merupakan lulusan S1 juga sangat relative memiliki pengetahuan dan keterampilan akan perawatan kecantikan. Sedangkan hanya ada 0,7% yang lulusan S2. Berikut merupakan gambar grafik gambaran umum responden berdasarkan pendidikan pada penelitian ini:



Gambar 4.5 Grafik Pendidikan

72
4.1.5 Gambaran Umum Data Penelitian

Data penelitian yang dikumpulkan secara langsung melalui penyebaran kuesioner dapat dideskripsikan menurut variabel penelitian berikut.

1. Ekuitas Merek

Ekuitas merek diukur melalui delapan pernyataan seperti dideskripsikan sebagai berikut.

Tabel 4.2 Deskripsi Ekuitas Merek

Kode	Pernyataan	Mean	SD
EK1	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki nama yang cukup dikenal masyarakat Semarang	3,96	0,62
EK2	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki nama yang diingat	4,12	0,66

	masyarakat		
EK3	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki atribut yang lengkap untuk perawatan rambut dan kulit	4,09	0,62
EK4	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki manfaat yang dibutuhkan masyarakat	3,99	0,67
EK5	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki kualitas perawatan rambut dan kulit yang baik	3,92	0,67
EK6	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki manfaat yang baik dalam perawatan rambut dan kulit	4,03	0,66
EK7	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang disukai oleh masyarakat sekitar	3,99	0,66
EK8	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang menjadi tujuan utama dalam perawatan rambut dan kulit	4,01	0,67
	Rata-Rata	4,01	0,65

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.2 mengenai Ekuitas Merek diperoleh rata-rata skor tanggapan responden sebesar 4,01 dan termasuk kategori setuju bila merujuk pada nilai kepentingan relative. Artinya mayoritas responden cenderung merasa setuju atas Ekuitas Merek Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang.

- a. Mengenai “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki nama yang cukup dikenal masyarakat Semarang” mayoritas responden menjawab setuju dan kurang setuju. Hal ini

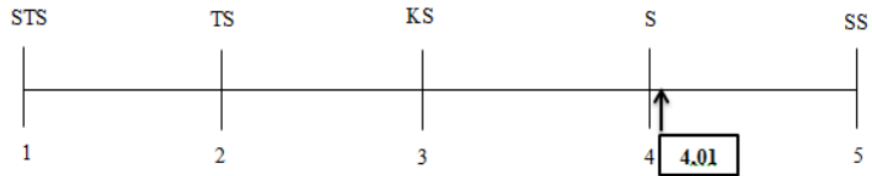
dapat diartikan bahwa mayoritas responden merasa Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki nama yang kurang cukup dikenal oleh masyarakat.

- b. Mengenai “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki nama yang diingat masyarakat” mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden merasa Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki nama yang diingat oleh masyarakat.
- c. Mengenai “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki atribut yang lengkap untuk perawatan rambut dan kulit” mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden merasa Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki atribut yang lengkap untuk perawatan rambut dan kulit.
- d. Mengenai “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki manfaat yang dibutuhkan masyarakat” mayoritas responden menjawab setuju dan kurang setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden merasa Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang kurang dapat memberikan manfaat kepada masyarakat.
- e. Mengenai “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki kualitas perawatan rambut dan kulit yang baik” mayoritas responden menjawab setuju dan kurang setuju. Hal ini dapat

diartikan bahwa mayoritas responden merasa Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang kurang memiliki kualitas perawatan rambut dan kulit yang baik.

- f. Mengenai “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki manfaat yang baik dalam perawatan rambut dan kulit” mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden merasa Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang memiliki manfaat yang baik dalam perawatan rambut dan kulit.
- g. Mengenai “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang disukai oleh masyarakat sekitar” mayoritas responden menjawab setuju dan kurang setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden merasa Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang kurang disukai oleh masyarakat sekitar.
- h. Mengenai “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang menjadi tujuan utama dalam perawatan rambut dan kulit” mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden merasa Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang menjadi tujuan utama dalam perawatan rambut dan kulit.

Selanjutnya diinterpretasikan berpedoman pada garis kontinu berikut :



2. Inovasi Produk

Inovasi produk diukur melalui enam pernyataan seperti dideskripsikan sebagai berikut.

Tabel 4.3 Deskripsi Inovasi Produk

Kode	Pernyataan	Mean	SD
IP1	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang membuat pengembangan produk kecantikan untuk memenangkan persaingan	4,00	0,63
IP2	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang melakukan pengembangan produk kecantikan yang belum ada di pasaran	3,90	0,54
IP3	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang menawarkan produk kecantikan yang memiliki keunikan yang berbeda	4,02	0,59
IP4	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang menawarkan produk kecantikan dengan jenis yang berbeda	3,93	0,58
IP5	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang membuat produk kecantikan dengan inovasi metode yang berbeda di	3,91	0,59

	pasaran		
IP6	Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang membuat produk kecantikan yang unik	3,89	0,61
	Rata-Rata	3,94	0,59

Sumber: Data diolah (2024)

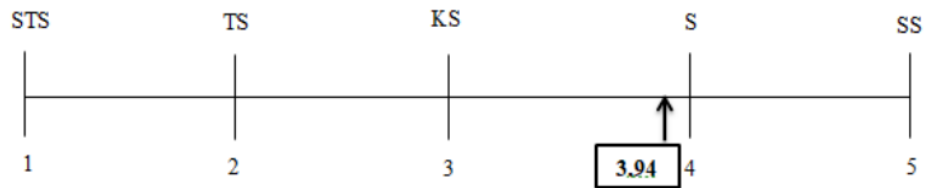
Berdasarkan Tabel 4.3 mengenai Inovasi Produk diperoleh rata-rata skor tanggapan responden sebesar 3,94 dan termasuk kategori antara setuju dan kurang setuju bila merujuk pada nilai kepentingan relative. Artinya mayoritas responden cenderung merasa setuju atas Inovasi Produk Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang.

- a. Mengenai “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang membuat pengembangan produk kecantikan untuk memenangkan persaingan” mayoritas responden menjawab setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden merasa Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang mampu mengembangkan produk untuk memenangkan persaingan.
- b. Mengenai “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang melakukan pengembangan produk kecantikan yang belum ada di pasaran” mayoritas responden menjawab setuju dan kurang setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden merasa Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang kurang melakukan pengembangan produk kecantikan yang belum ada di pasaran.
- c. Mengenai “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang menawarkan produk kecantikan yang memiliki keunikan yang

berbeda” ⁹ mayoritas responden menjawab setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden merasa Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang mampu menawarkan produk kecantikan yang memiliki keunikan yang berbeda.

- d. Mengenai “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang menawarkan produk kecantikan dengan jenis yang berbeda” mayoritas ⁷ responden menjawab setuju dan kurang setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden merasa Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang kurang menawarkan produk kecantikan dengan jenis yang berbeda.
- e. Mengenai “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang membuat produk kecantikan dengan inovasi metode yang berbeda di pasaran” mayoritas ⁷ responden menjawab setuju dan kurang setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden merasa Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang kurang dalam melakukan inovasi yang berbeda di pasaran.
- f. Mengenai “Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang membuat produk kecantikan yang unik” mayoritas ⁷ responden menjawab setuju dan kurang setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden merasa Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang kurang dalam membuat produk kecantikan yang unik.

Selanjutnya diinterpretasikan berpedoman pada garis kontinu berikut :



3. Norma Subjektif

Norma subjektif diukur melalui empat pernyataan seperti dideskripsikan sebagai berikut.

Tabel 4.4 Deskripsi Norma Subjektif

Kode	Pernyataan	Mean	SD
NS1	Keluarga telah menganjurkan kepada saya menggunakan jasa perawatan rambut dan kulit di Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang	4,20	0,57
NS2	Teman telah mendorong saya untuk menggunakan jasa perawatan rambut dan kulit di Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang	4,21	0,50
NS3	Saya bersedia mengikuti apa yang sudah dilakukan teman dalam melakukan perawatan rambut dan kulit di Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang	4,21	0,51
NS4	Saya bersedia melaksanakan rekomendasi yang diberikan teman untuk melakukan perawatan rambut dan kulit di Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang	4,16	0,54

Rata-Rata	4,19	0,53
-----------	------	------

Sumber: Data diolah (2024)

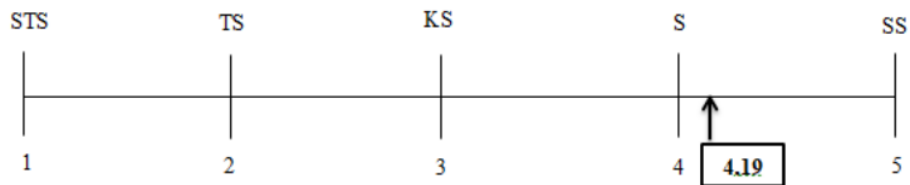
Berdasarkan Tabel 4.4 mengenai Norma Subjektif diperoleh rata-rata skor tanggapan responden sebesar 4,19 dan termasuk kategori setuju bila merujuk pada nilai kepentingan relative. Artinya mayoritas responden cenderung merasa setuju atas Norma Subjektif Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang.

- a. Mengenai “Keluarga telah menganjurkan kepada saya menggunakan jasa perawatan rambut dan kulit di Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang” mayoritas responden menjawab antara sangat setuju dan setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden merasa bahwa keluarga telah menganjurkan menggunakan jasa perawatan rambut dan kulit di Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang.
- b. Mengenai “Teman telah mendorong saya untuk menggunakan jasa perawatan rambut dan kulit di Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang” mayoritas responden menjawab antara sangat setuju dan setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden merasa bahwa teman mereka memberikan dorongan untuk menggunakan jasa perawatan rambut dan kulit di Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang
- c. Mengenai “Saya bersedia mengikuti apa yang sudah dilakukan teman dalam melakukan perawatan rambut dan kulit di Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang” mayoritas responden

menjawab antara sangat setuju dan setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden bersedia untuk mengikuti apa yang sudah dilakukan teman dalam melakukan perawatan rambut dan kulit di Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang.

- d. Mengenai “Saya bersedia melaksanakan rekomendasi yang diberikan teman untuk melakukan perawatan rambut dan kulit di Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang”⁹ mayoritas responden menjawab antara sangat setuju dan setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden bersedia melaksanakan rekomendasi yang diberikan teman untuk melakukan perawatan rambut dan kulit di Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang.

Selanjutnya diinterpretasikan berpedoman pada garis kontinu berikut :



4. Proses Keputusan Berkunjung

Proses keputusan berkunjung diukur melalui empat pernyataan seperti dideskripsikan sebagai berikut.

Tabel 4.5 Deskripsi Proses Keputusan Berkunjung

Kode	Pernyataan	Mean	SD
PKB1	Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia	4,18	0,61

	RSUP Dr. Kariadi Semarang karena membutuhkan layanan kesehatan rambut dan kulit		
PKB2	Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang bertujuan menggunakan layanan kesehatan rambut dan kulit	4,24	0,58
PKB3	Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang karena adanya penyediaan layanan kesehatan rambut dan kulit	4,12	0,67
PKB4	Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang karena tertarik dengan penyediaan layanan kesehatan rambut dan kulit	4,19	0,69
PKB5	Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang karena kualitas layanan kesehatan yang diberikan kategori baik	4,21	0,65
PKB6	Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang karena produk layanan kesehatan yang ditawarkan sesuai kebutuhan	4,18	0,61
PKB7	Saya memutuskan berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang melalui berbagai pertimbangan	4,16	0,62
PKB8	Saya memantapkan berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang melalui berbagai pertimbangan	4,21	0,59
Rata-Rata		4,19	0,63

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.5 mengenai Keputusan Berkunjung diperoleh rata-rata skor tanggapan responden sebesar 4,19 dan termasuk kategori setuju bila merujuk pada nilai kepentingan relative. Artinya mayoritas responden cenderung merasa setuju atas Keputusan Berkunjung Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang.

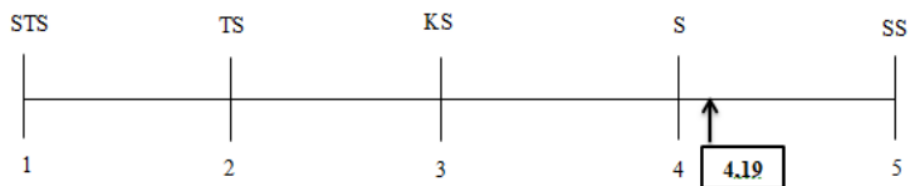
- a. Mengenai “Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang karena membutuhkan layanan kesehatan rambut dan kulit” ⁹ mayoritas responden menjawab antara sangat setuju dan setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden merasa membutuhkan layanan kesehatan rambut dan kulit.
- b. Mengenai “Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang bertujuan menggunakan layanan kesehatan rambut dan kulit” ⁹ mayoritas responden menjawab antara sangat setuju dan setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden merasa bahwa berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang bertujuan menggunakan layanan kesehatan rambut dan kulit.
- c. Mengenai “Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang karena adanya penyediaan layanan kesehatan rambut dan kulit” ⁹ mayoritas responden menjawab antara sangat setuju dan setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang karena adanya penyediaan layanan kesehatan rambut dan kulit.

- d. Mengenai “Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang karena tertarik dengan penyediaan layanan kesehatan rambut dan kulit” ⁹ mayoritas responden menjawab antara sangat setuju dan setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang karena tertarik dengan penyediaan layanan kesehatan rambut dan kulit.
- e. Mengenai “Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang karena kualitas layanan kesehatan yang diberikan kategori baik” ⁹ mayoritas responden menjawab antara sangat setuju dan setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang karena kualitas layanan kesehatan yang diberikan kategori baik.
- f. Mengenai “Saya berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang karena produk layanan kesehatan yang ditawarkan sesuai kebutuhan” ⁹ mayoritas responden menjawab antara sangat setuju dan setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang karena produk layanan kesehatan yang ditawarkan sesuai kebutuhan.
- g. Mengenai “Saya memutuskan berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang melalui berbagai pertimbangan” ⁹ mayoritas responden menjawab antara sangat setuju dan setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden berkunjung ke

Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang melalui berbagai pertimbangan.

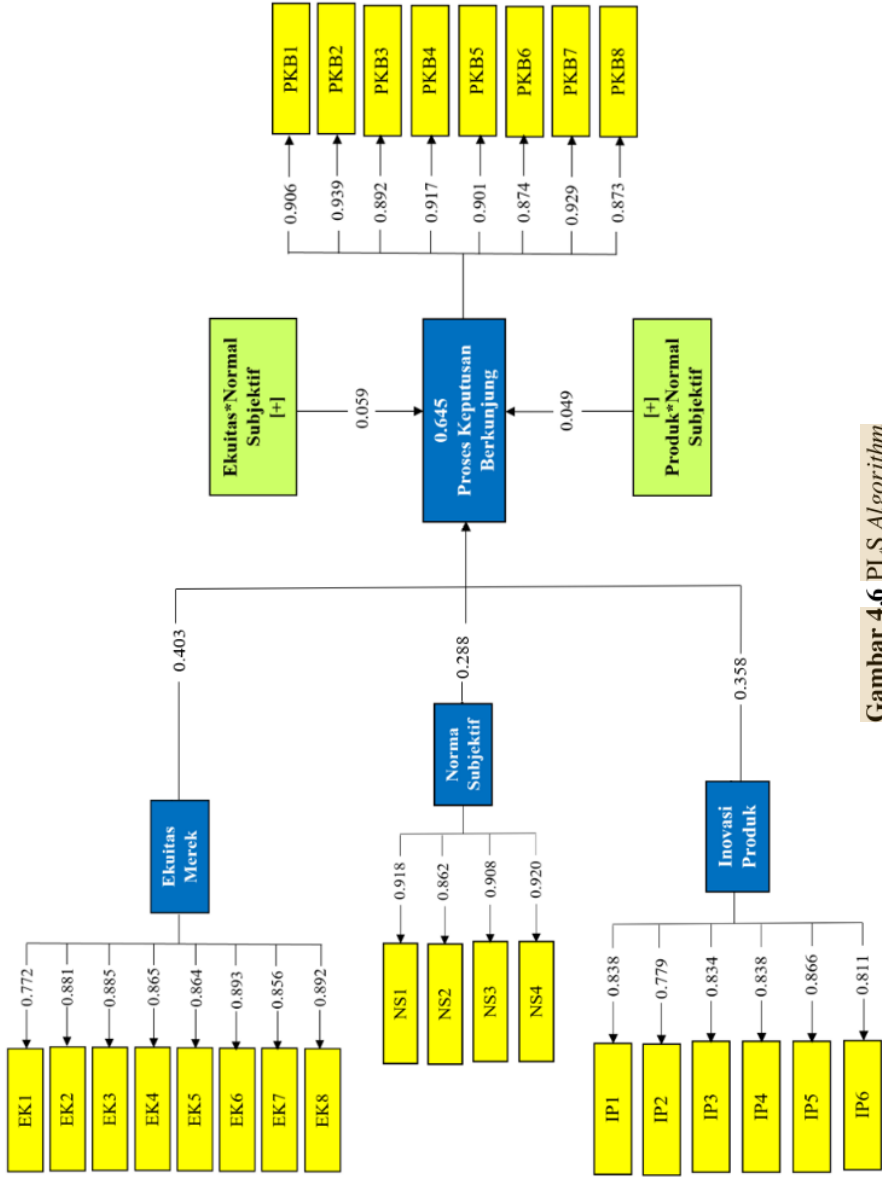
- h. Mengenai “Saya memantapkan berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang melalui berbagai pertimbangan”⁹ mayoritas responden menjawab antara sangat setuju dan setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden berkunjung ke Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang melalui berbagai pertimbangan.

Selanjutnya diinterpretasikan berpedoman pada garis kontinu berikut :



4.1.6 Analisis *Partial Least Square*

Data yang telah terkumpul dan ditabulasikan dalam Microsoft Excel kemudian dilakukan analisis²⁰ dengan metode *partial least square* melalui program SmartPLS. Analisis pertama melalui tahap⁶ PLS Algorithm memberikan output model sebagai berikut.



Gambar 4.6 PLS Algorithm
 Sumber: data diolah dengan SmartPLS versi 3 (2024)

Evaluasi dalam analisis PLS terbagi dalam dua bagian yaitu *outer model* atau model pengukuran dan *inner model* atau model struktural yang diuraikan berikut.

1. Evaluasi Outer Model

Evaluasi *outer model* atau yang dikenal sebagai uji instrumen dalam PLS dilakukan untuk mengevaluasi tingkat validitas dan reliabilitas indikator dalam mengukur variabel penelitian, sebagaimana diuraikan sebagai berikut.

a. Uji Validitas Kovergen

Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor*, ketika nilai *factor loading* > 0.7 maka dinyatakan valid. Hasil pengujian sebagai berikut.

Tabel 4.6 Uji Validitas Konvergen Menurut Nilai *Loading Factor*

Kode	Ekuitas Merek	Inovasi Produk	Norma Subjektif	Proses Keputusan Berkunjung
EK1	0,772			
EK2	0,881			
EK3	0,885			
EK4	0,865			
EK5	0,864			
EK6	0,893			
EK7	0,856			
EK8	0,892			
IP1		0,838		
IP2		0,779		
IP3		0,834		
IP4		0,838		
IP5		0,866		
IP6		0,811		
NS1			0,918	
NS2			0,862	

Kode	Ekuitas Merek	Inovasi Produk	Norma Subjektif	Proses Keputusan Berkunjung
NS3			0,908	
NS4			0,920	
PKB1				0,906
PKB2				0,939
PKB3				0,892
PKB4				0,917
PKB5				0,901
PKB6				0,874
PKB7				0,929
PKB8				0,873

Sumber: data diolah dengan SmartPLS versi 3 (2024)

Hasil pengujian memperlihatkan bahwa skor loading factor untuk setiap indikator telah lebih dari batas ketentuan ($>0,7$), sehingga dapat dinyatakan bahwa indikator dalam keempat variabel telah valid secara konvergen. Hasil ini diperkuat dengan nilai average variance extracted (AVE) $> 0,5$ (Hair, et al., 2022) sebagai berikut.

Tabel 4.7 Uji Validitas Konvergen Menurut Nilai AVE

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Ekuitas Merek	0,747
Inovasi Produk	0,686
Norma Subjektif	0,814
Proses Keputusan Berkunjung	0,817

Sumber: data diolah dengan SmartPLS versi 3 (2024)

Hasil pengujian memperlihatkan bahwa nilai AVE untuk setiap variabel telah melebihi batas ketentuan, sehingga indikator dalam variabel ekuitas merek, inovasi produk, norma subjektif dan proses keputusan kunjungan dinyatakan valid secara konvergen.

b. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan terkait pada prinsip bahwa pngukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak memiliki nilai korelasi yang tinggi. Uji validitas diskriminasi dapat dilakukan dengan uji kriteria *Fornell Larcker*, pengujian ini dilakukan dengan membandingkan *square root* dari nilai AVE dengan korelasi variabel laten. Hasil pengujian disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4.8 Uji Validitas Diskriminan Menurut Kriteria Fornell Larcker

Variabel	Ekuitas Merek	Inovasi Produk	Norma Subjektif	Proses Keputusan Berkunjung
Ekuitas Merek	0,864			
Inovasi Produk	0,675	0,828		
Norma Subjektif	0,347	0,489	0,902	
Proses Keputusan Berkunjung	0,684	0,703	0,556	0,904

Sumber: data diolah dengan *SmartPLS versi 3 (2024)*

Hasil uji Fornell Larcker menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi antar variabel yang sama lebih besar dari nilai koefisien korelasi dengan variabel yang berbeda, ini menegaskan bahwa

indikator¹⁰ dalam setiap variabel telah memenuhi ketentuan validitas diskriminan.

Uji validitas diskriminan juga dapat dilihat melalui uji *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Ketentuan dalam pengujian ini yaitu nilai pengukuran harus lebih kecil dari 0,85 walaupun nilai diatas 0,85 sampai maksimal 0,90 masih dianggap cukup (Henseler, Ringle, & Sarstedt, 2015).¹² Hasil pengujian disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4.9 Uji Validitas Diskriminan Menurut Kriteria HTMT

Variabel	Ekuitas Merek	Inovasi Produk	Norma Subjektif
Inovasi Produk	0,724		
Norma Subjektif	0,364	0,525	
Proses Keputusan Berkunjung ⁶	0,709	0,744	0,578

Sumber: data diolah dengan SmartPLS versi 3 (2024)

Hasil pengujian HTMT menunjukkan nilai koefisien terbesar yaitu 0,744⁷⁴ yang mana nilai tersebut masih dibawah 0,90 sehingga¹⁰ indikator dalam setiap variabel memenuhi ketentuan dalam validitas diskriminan.

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat tingkat konsistensi atau keandalan dari indikator penelitian. Pengujian melalui *cronbach's alpha* dan *composite reliability*, ketika nilai *cronbach's alpha* dan

composite reliability > 0,70 dinyatakan reliabel. Hasil pengujian disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Ekuitas Merek	0,951	0,959
Inovasi Produk	0,908	0,929
Norma Subjektif	0,924	0,946
Proses Keputusan Berkunjung	0,968	0,973

Sumber: data diolah dengan SmartPLS versi 3 (2024)

Hasil uji reliabilitas memperlihatkan bahwa nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* telah lebih besar dari 0,70 sehingga dapat dinyatakan reliabel.

2. Evaluasi Inner Model

Model Struktural merupakan tahap pengukuran yang menggambarkan hubungan antar konstruk (variabel). Model evaluasi PLS untuk model struktural (*inner model*) dapat dievaluasi dengan melihat beberapa ukuran berikut.

a. Evaluasi Nilai *R Square*

Nilai *R Square* sebagai ukuran tingkat kelayakan model skan variabel yang dipengaruhi. Hasil pengujian disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4.11 Evaluasi Nilai *R Square*

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Proses Keputusan Berkunjung	0,645	0,632

Sumber: data diolah dengan SmartPLS versi 3 (2024)

Nilai *R Square* sebesar 0,645 menunjukkan bahwa variansi variable ekuitas merek dan inovasi produk yang dimoderasi oleh norma subjektif sudah mampu menjelaskan variansi variabel proses keputusan berkunjung pasien sebesar 64,5%, sedangkan sisanya sebesar 35,5% dijelaskan oleh variansi variabel lain diluar model.

b. Evaluasi Nilai *Q Square*

Uji *Q Square* yang dilakukan dengan prosedur *blindfolding*. Nilai

Q Square > 0 menunjukkan model memiliki *predictive relevance*.

Hasil pengujian disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4.12 Evaluasi Nilai *Q Square*

Variabel	SSO	SSE	Q ² (=1- SSE/SSO)
Ekuitas Merek	1120,000	1120,000	
Inovasi Produk	840,000	840,000	
Norma Subjektif	560,000	560,000	
Proses Keputusan Berkunjung	1120,000	564,583	0,496

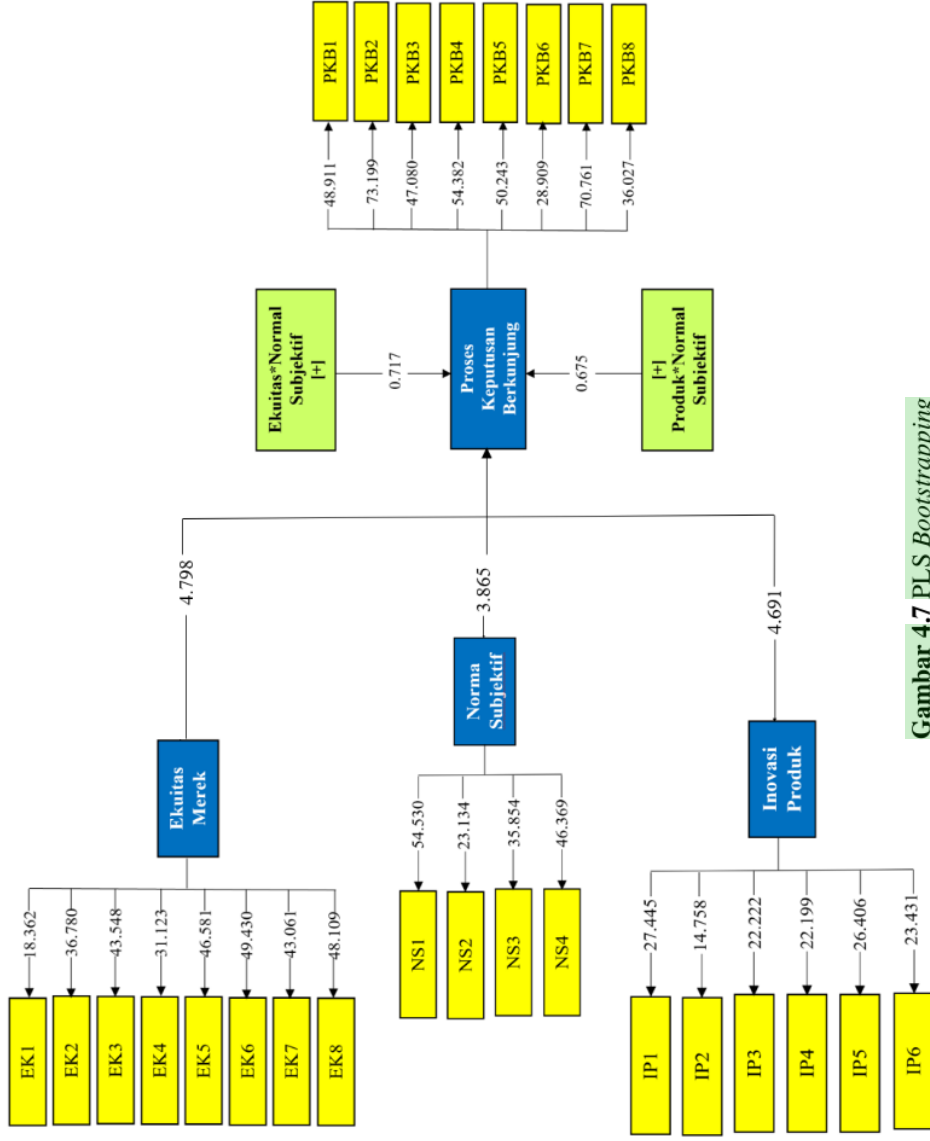
Sumber: data diolah dengan SmartPLS versi 3 (2024)

Nilai *Q Square* sebesar 0,496 menunjukkan bahwa model model yang menempatkan variabel ekuitas merek dan inovasi produk

sebagai variabel independen dan menempatkan norma subjektif sebagai variabel moderasi terhadap proses keputusan berkunjung sudah memiliki nilai prediksi yang relevan dengan data penelitian karena memiliki Nilai $Q\ Square > 0$.

4.1.7 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis melalui metode Bootstrapping menghasilkan nilai koefisien, statistik t dan nilai p sebagaimana disajikan dalam model berikut.



Gambar 4.7 PLS Bootstrapping
 Sumber: data diolah dengan SmartPLS versi 3 (2024)

Ketentuan dalam membuat hipotesis berdasarkan nilai statistik t pada taraf signifikansi 5%, nilai statistik $t > 1,96$ dan p value $< 0,05$ dikatakan memiliki pengaruh signifikan (Hair, et al., 2022). Pengujian hipotesis selengkapnya sebagai berikut.

1. Uji Pengaruh Langsung

Hasil pengujian hipotesis pengaruh variabel secara langsung sebagai berikut.

Tabel 4.13 Uji Pengaruh Langsung

Variabel	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Ekuitas Merek -> Proses Keputusan Berkunjung	0,403	4,798	0,000
Inovasi Produk -> Proses Keputusan Berkunjung	0,358	4,691	0,000
Norma Subjektif -> Proses Keputusan Berkunjung	0,288	3,865	0,000

Sumber: data diolah dengan SmartPLS versi 3 (2024)

Berdasarkan hasil uji hipotesis langsung diperoleh nilai koefisien, t statistik dan p value yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

Pengujian Hipotesis 1

H1 Terdapat pengaruh positif ekuitas merek terhadap proses

keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP

Dr. Kariadi Semarang.

Hasil uji hipotesis diperoleh nilai t statistik sebesar 4,798 dan probabilitas signifikansi yaitu 0,000. Terlihat bahwa nilai statistik $t > 1,96$ dan p value $< 0,05$

maka H1 dinyatakan diterima, artinya terdapat pengaruh positif ekuitas merek terhadap proses keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP Dr.

Kariadi Semarang.

³⁶ Pengujian Hipotesis 2

H2 Terdapat pengaruh positif inovasi produk terhadap proses

keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP

Dr. Kariadi Semarang

Hasil uji hipotesis ³ diperoleh nilai t statistik sebesar 4,691 dan probabilitas ³ signifikansi yaitu 0,000. Terlihat bahwa nilai statistik t > 1,96 dan p value < 0,05 maka H2 dinyatakan diterima, artinya terdapat pengaruh positif inovasi produk terhadap proses keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang.

Pengujian Hipotesis 3

H3 Terdapat pengaruh positif norma subjektif terhadap proses

keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi

Semarang

Hasil uji hipotesis ³ diperoleh nilai t statistik sebesar 3,685 dan probabilitas ³ signifikansi yaitu 0,000. Terlihat bahwa nilai statistik t > 1,96 dan p value < 0,05 maka H3 dinyatakan diterima, artinya terdapat pengaruh positif norma subjektif terhadap proses keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang.

2. Uji Pengaruh Variabel Moderasi

⁷⁵ Hasil pengujian hipotesis pengaruh variabel secara tidak langsung sebagai berikut.

²⁸ Tabel 4.14 Uji Pengaruh Variabel Moderasi

Variabel	Original Sample	T Statistics (O/STDEV)	P Values
----------	--------------------	-----------------------------	-------------

	(O)		
Ekuitas Merek*Norma Subjektif -> Proses Keputusan Berkunjung	0,059	0,717	0,475
Inovasi Produk*Norma Subjektif -> Proses Keputusan Berkunjung	0,049	0,675	0,501

Sumber: data diolah dengan SmartPLS versi 3 (2024)

Berdasarkan hasil uji hipotesis langsung diperoleh nilai koefisien, t statistik dan p value yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

Pengujian Hipotesis 4

H4 Norma subjektif dapat memperkuat atau memperlemah

pengaruh antara ekuitas merek dengan proses keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang

Hasil uji hipotesis diperoleh nilai t statistik sebesar 0,717 dan probabilitas signifikansi yaitu 0,475. Terlihat bahwa nilai statistik $t < 1,96$ dan p value $> 0,05$ maka H4 dinyatakan ditolak, artinya norma subjektif tidak memperkuat pengaruh antara ekuitas merek dengan proses keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang.

Pengujian Hipotesis 5

H5 Norma subjektif dapat memperkuat atau memperlemah

pengaruh antara inovasi produk dengan proses keputusan

berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP Dr.

Kariadi

Semarang

Hasil uji hipotesis³ diperoleh nilai t statistik sebesar 0,675 dan probabilitas signifikansi yaitu 0,501. Terlihat bahwa nilai statistik t⁵ < 1,96 dan p value > 0,05 maka H₅ dinyatakan ditolak, artinya norma subjektif tidak memperkuat pengaruh antara inovasi produk dengan proses keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang.

⁷ 4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Proses Keputusan Berkunjung

Hasil uji hipotesis (H₁) dinyatakan⁵⁸ diterima, artinya ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan berkunjung. Pengaruh yang signifikan ini telah didukung dengan nilai koefisien yang positif (0,403), ekuitas merek Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang yang semakin baik dapat membuat proses keputusan berkunjung menjadi semakin meningkat. Ekuitas merek yang kuat dalam konteks pelayanan kesehatan, seperti rumah sakit atau lembaga medis, dapat³⁷ memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan berkunjung pasien dengan beberapa alasan. Pasien cenderung mencari layanan medis dari merek yang dikenal dan dianggap dapat diandalkan. Ekuitas merek yang kuat dapat memberikan kepercayaan kepada pasien bahwa mereka akan menerima perawatan yang berkualitas dan dipercayai. Merek yang memiliki ekuitas yang kuat dalam pelayanan kesehatan sering kali memiliki reputasi yang baik dalam hal pelayanan, teknologi medis, dokter dan staf yang berkualitas, serta fasilitas yang modern. Pasien cenderung lebih memilih rumah sakit atau lembaga medis yang memiliki reputasi yang baik. Ekuitas merek yang kuat juga dapat memberikan persepsi kepada pasien bahwa layanan yang mereka terima akan berkualitas tinggi.

Ini dapat menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pasien untuk berkunjung ke lembaga medis tertentu.

4.2.2 ⁶⁹ Pengaruh Inovasi Produk terhadap Proses Keputusan Berkunjung

⁵⁴ Hasil uji hipotesis (H2) dinyatakan diterima, artinya inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan berkunjung. Pengaruh yang signifikan ini telah didukung dengan nilai koefisien yang positif (0,358), inovasi produk Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang yang semakin baik dapat membuat proses keputusan berkunjung menjadi semakin meningkat. Penerimaan hipotesis ini dikarenakan inovasi dalam produk dan teknologi medis dapat membantu menyediakan perawatan yang lebih efektif dan canggih bagi pasien. Hal ini dapat mencakup teknologi diagnostik yang lebih maju, prosedur perawatan yang lebih minim invasif, atau terapi yang lebih efektif untuk penyakit tertentu. Pasien cenderung memilih lembaga medis yang menawarkan teknologi dan produk terkini untuk meningkatkan peluang kesembuhan atau kesejahteraan mereka. Inovasi dalam produk medis juga sering kali menghasilkan perawatan yang lebih aman bagi pasien. Misalnya, pengembangan obat-obatan dengan efek samping yang lebih rendah atau penggunaan perangkat medis yang lebih canggih dan aman dapat meningkatkan kepercayaan pasien terhadap lembaga medis yang menggunakan teknologi tersebut. Beberapa inovasi produk dalam pelayanan kesehatan dapat membantu meningkatkan kualitas hidup pasien dengan mengurangi gejala penyakit, memperlambat perkembangan penyakit, atau meningkatkan mobilitas dan kemandirian. Pasien cenderung memilih lembaga medis yang menawarkan solusi inovatif untuk meningkatkan kualitas hidup mereka, ini dapat menjadikan proses pengambilan keputusan pasien menjadi meningkat.

4.2.3 Pengaruh Norma Subjektif terhadap Proses Keputusan Berkunjung

Hasil uji hipotesis (H3) ³ dinyatakan diterima, artinya norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan berkunjung. Pengaruh yang signifikan ini telah didukung dengan nilai koefisien yang positif (0,288), norma subjektif Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang yang semakin baik dapat membuat proses keputusan berkunjung menjadi semakin meningkat. Penerimaan hipotesis ini dikarenakan norma subjektif mengacu pada persepsi individu tentang sejauh mana perilaku tertentu (misalnya, berkunjung ke lembaga medis atau rumah sakit) sesuai dengan harapan atau norma yang diterima ²⁶ oleh orang-orang yang penting bagi individu tersebut. Jika seseorang merasa bahwa berkunjung ke lembaga medis atau rumah sakit sesuai dengan harapan atau norma yang diterima dalam lingkungan sosial mereka, mereka cenderung lebih termotivasi untuk melakukan kunjungan tersebut. Persepsi individu tentang apa yang diharapkan ⁸⁰ oleh orang-orang yang mereka hormati dapat memengaruhi keputusan mereka. Jika pasien merasa bahwa orang-orang yang penting bagi mereka akan mendukung keputusan untuk berkunjung ke lembaga medis, mereka cenderung lebih termotivasi untuk melakukannya. Jika individu merasa bahwa berkunjung ke lembaga medis adalah tanggung jawab atau kebutuhan yang penting, berdasarkan pada norma-norma internal yang mereka anut, mereka cenderung lebih termotivasi untuk melakukannya. Misalnya, jika seseorang memiliki keyakinan kuat akan pentingnya menjaga kesehatan ⁷⁹ mereka sendiri atau orang-orang yang mereka cintai, norma subjektif dapat memperkuat keputusan untuk berkunjung ke lembaga medis.

4.2.4 Pengaruh Norma Subjektif dalam memoderasi Ekuitas Merek terhadap Proses Keputusan Berkunjung

Hasil uji hipotesis (H4) dinyatakan ditolak, artinya norma subjektif tidak memperkuat pengaruh ekuitas merek terhadap proses keputusan berkunjung. Kontribusi norma subjektif sebagai variabel moderasi hanya sebesar 0,059 sehingga tidak signifikan. Peningkatan norma subjektif tidak memperkuat pengaruh ekuitas merek Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang terhadap proses keputusan berkunjung. Norma subjektif adalah salah satu faktor dalam TPB, yang merupakan kerangka kerja psikologis yang digunakan untuk memahami perilaku manusia. Dalam konteks keputusan berkunjung pasien, norma subjektif mengacu pada persepsi individu tentang ekspektasi orang lain terhadap perilaku mereka. Meskipun norma subjektif dapat memengaruhi perilaku seseorang, pengaruhnya terhadap ekuitas merek dalam konteks ini mungkin terbatas karena beberapa alasan. Individu mungkin tidak sepenuhnya yakin tentang apa yang diharapkan oleh orang lain terkait perilaku mereka dalam konteks kunjungan pasien. Norma subjektif bisa menjadi konsep yang ambigu atau sulit diukur secara konsisten. Setiap pasien mungkin memiliki pertimbangan yang berbeda dalam memilih penyedia layanan kesehatan, dalam hal ini pengaruh ekuitas merek lebih besar daripada norma subjektif, sehingga adanya norma subjektif tidak memperkuat pengaruh ekuitas merek terhadap proses keputusan berkunjung pasien.

4.2.5 Pengaruh Norma Subjektif dalam memoderasi Inovasi Produk terhadap Proses Keputusan Berkunjung

Hasil uji hipotesis (H5) dinyatakan diterima, artinya norma subjektif ditolak, artinya norma subjektif tidak memperkuat pengaruh inovasi produk terhadap proses keputusan berkunjung. Kontribusi norma subjektif sebagai variabel moderasi hanya sebesar 0,049 sehingga tidak

signifikan. Peningkatan norma subjektif tidak memperkuat pengaruh inovasi produk Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang terhadap proses keputusan berkunjung. Penolakan hipotesis ini dikarenakan adanya beberapa pasien mungkin tidak sepenuhnya menyadari atau memahami inovasi produk tertentu yang tersedia untuk mereka, ini dapat mengurangi potensi pengaruh norma subjektif karena norma subjektif sering kali terkait dengan persepsi tentang perilaku yang diharapkan oleh orang lain. Selain itu, keputusan berkunjung pasien melibatkan banyak faktor yang kompleks, termasuk pertimbangan medis, biaya, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap penyedia layanan kesehatan. Dalam konteks ini, norma subjektif mungkin menjadi faktor yang relatif kecil dibandingkan dengan faktor-faktor lain yang lebih langsung terkait dengan kebutuhan medis dan preferensi individu. Setiap pasien mungkin memiliki pertimbangan yang berbeda dalam memilih penyedia layanan kesehatan, dalam hal ini pengaruh inovasi produk lebih besar daripada norma subjektif, sehingga adanya norma subjektif tidak memperkuat pengaruh inovasi produk terhadap proses keputusan berkunjung pasien.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang.
2. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang.
3. Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang.
4. Norma subjektif tidak dapat memperkuat pengaruh ekuitas merek terhadap proses keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang.
5. Norma subjektif tidak dapat memperkuat pengaruh inovasi produk terhadap proses keputusan berkunjung pasien ke Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Manajerial

Penelitian ini menemukan bahwa ekuitas merek memberikan pengaruh paling dominan terhadap proses keputusan berkunjung pasien, kemudian diikuti oleh inovasi produk dan norma subjektif. Untuk itu dalam upaya meningkatkan keputusan berkunjung pasien dalam jangka pendek dapat difokuskan pada penguatan ekuitas merek terutama peningkatan kualitas pelayanan

dalam perawatan rambut dan kulit agar semakin baik. Pihak manajerial Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang juga dapat terus berinovasi dalam setiap produk yang ditawarkan terutama kepastian akan keberhasilan dalam menciptakan produk-produk yang unik sehingga menjadi daya Tarik bagi pasien. Pada periode selanjutnya manajerial Poliklinik Gardenia di RSUP Dr. Kariadi Semarang dapat meminta bantuan pasien yang datang agar dapat merekomendasikan ke teman-temannya untuk melakukan perawatan rambut dan kulit di Poliklinik Gardenia RSUP Dr. Kariadi Semarang.

5.2.2 Saran Penelitian Selanjutnya

⁶⁶ Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, ini dapat menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan model yang semakin sempurna.

1. Penelitian ini terbatas pada penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling, sehingga hasil penelitian kurang tepat ketika akan dilakukan generalisasi secara luas, untuk itu bagi penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan pengambilan sampel secara *random sampling*.
2. Penelitian ini terbatas pada penempatan variabel norma subjektif sebagai variabel moderasi yang mana terbukti secara statistik tidak dapat menjalankan perannya dalam memperkuat pengaruh ²⁴ ekuitas merek dan inovasi produk terhadap proses keputusan berkunjung pasien. Ini dapat menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya dalam menggunakan variabel moderasi lainnya misalnya faktor harga maupun kepercayaan pasien.

Tesis Revisi Albert Fernandes MM

ORIGINALITY REPORT

30%
SIMILARITY INDEX

26%
INTERNET SOURCES

10%
PUBLICATIONS

13%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 docplayer.info Internet Source **2%**

2 Submitted to Universitas Musamus Merauke Student Paper **2%**

3 www.researchgate.net Internet Source **1%**

4 eprints.undip.ac.id Internet Source **1%**

5 Submitted to Universitas Bunda Mulia Student Paper **1%**

6 Submitted to ppmsom Student Paper **1%**

7 repositori.usu.ac.id Internet Source **1%**

8 ppid.rskariadi.co.id Internet Source **1%**

9 repository.fisip-untirta.ac.id Internet Source **1%**

10	Submitted to Universitas Indonesia Student Paper	1 %
11	eprints.unsri.ac.id Internet Source	1 %
12	www.scribd.com Internet Source	1 %
13	media.neliti.com Internet Source	1 %
14	Nastiti Kusuma Winardi, Saifudin Saifudin. "Kajian Pengendalian Internal Persediaan Barang Logistik dan Upaya Pencegahan Fraud pada Bagian Logistik : Studi pada Instalasi Murai RSUP dr.Karyadi Semarang", Solusi, 2021 Publication	1 %
15	parasayu.net Internet Source	1 %
16	ejurnal.poltekkes-tjk.ac.id Internet Source	1 %
17	karyailmiah.unisba.ac.id Internet Source	1 %
18	www.tribunnewswiki.com Internet Source	<1 %
19	dinkes.babelprov.go.id Internet Source	<1 %

20

Submitted to Universitas Negeri Jakarta

Student Paper

<1 %

21

Submitted to Universitas Dian Nuswantoro

Student Paper

<1 %

22

repository.untar.ac.id

Internet Source

<1 %

23

id.123dok.com

Internet Source

<1 %

24

123dok.com

Internet Source

<1 %

25

repository.unpas.ac.id

Internet Source

<1 %

26

ejournals.umn.ac.id

Internet Source

<1 %

27

dspace.uui.ac.id

Internet Source

<1 %

28

eprints.upj.ac.id

Internet Source

<1 %

29

Aria Bhaswara Mohammad Bintang, Nenik Woyanti. "Pengaruh PDRB, Pendidikan, Kesehatan, Dan Pengangguran Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Jawa Tengah (2011-2015)", Media Ekonomi dan Manajemen, 2018

Publication

<1 %

sentrakesehatan.blogspot.com

30

Internet Source

<1 %

31

www.coursehero.com

Internet Source

<1 %

32

Submitted to Universitas Diponegoro

Student Paper

<1 %

33

Ranti Susanti, Mimin Karmini, Yosephina Ardiani Septiati. "TINJAUAN PENANGANAN LIMBAH MEDIS PADAT DI RUMAH SAKIT UMUM X KABUPATEN BANDUNG TAHUN 2023", JURNAL RISET KESEHATAN POLTEKKES DEPKES BANDUNG, 2023

Publication

<1 %

34

eprints.unisbank.ac.id

Internet Source

<1 %

35

publikasi.polije.ac.id

Internet Source

<1 %

36

digilib.uinsgd.ac.id

Internet Source

<1 %

37

jurnal.unidha.ac.id

Internet Source

<1 %

38

www.docstoc.com

Internet Source

<1 %

39

digilib.esaunggul.ac.id

Internet Source

<1 %

40	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1 %
41	repositori.unsil.ac.id Internet Source	<1 %
42	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	<1 %
43	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
44	konferensi-stmppm.com Internet Source	<1 %
45	Submitted to Universitas Gunadarma Student Paper	<1 %
46	Adi Setya Pamungkas, Sri Yuni Widowati. "PENGARUH KEPEMIMPINAN, LINGKUNGAN KERJA, DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN (Studi pada pegawai non medis Instalasi Sterilisasi di RS Dr. Kariadi Semarang)", Solusi, 2020 Publication	<1 %
47	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Semarang Student Paper	<1 %
48	Submitted to Vietnam Buddhist Institute Student Paper	<1 %
49	adoc.pub Internet Source	<1 %

<1 %

50

Kristian Suhartadi Widi Nugraha, Bachtiar Maliki. "Peran Sensitivitas Harga dalam Memoderasi Minat Pembelian", Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen, 2021

Publication

<1 %

51

Submitted to Universitas Brawijaya

Student Paper

<1 %

52

ejournal.unsrat.ac.id

Internet Source

<1 %

53

repositori.uin-alauddin.ac.id

Internet Source

<1 %

54

ecampus.pelitabangsa.ac.id

Internet Source

<1 %

55

jimfeb.ub.ac.id

Internet Source

<1 %

56

ojs.cahayamandalika.com

Internet Source

<1 %

57

repository.unika.ac.id

Internet Source

<1 %

58

stiepasaman.ac.id

Internet Source

<1 %

59

Oktavinus Oktavinus, Sudirman Zaid, Hayat Yusuf. "PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN

<1 %

INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA PEMASARAN PENGOLAHAN RUMPUT LAUT DI WAKATOBI",
Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT), 2020

Publication

60

Saleh Molla, Nurdin Nurdin. "FEASIBILITY ANALYSIS OF URBAN SMALLHOLDER RICE FARMING IN BANGAKALA VILLAGE, MANGGALA DISTRICT, MAKASSAR CITY",
Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 2023

Publication

61

Scheila Askhim Sira, Purnawan Junadi. "SCOPING REVIEW: DASAR PERTIMBANGAN PENGEMBANGAN FASILITAS KESEHATAN TINGKAT PERTAMA MENJADI RUMAH SAKIT",
Jurnal Kesehatan Tambusai, 2023

Publication

62

Yuliyanti, Eka. "Peningkatan Firm Value Melalui Corporate Social Responsibility dan Research and Development Yang Dimediasi Oleh Investment Opportunity Set",
Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023

Publication

63

acopen.umsida.ac.id

Internet Source

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

64	hargaper.com Internet Source	<1 %
65	lesprivateabnaciledugtangerangindonesia.wordpress.c Internet Source	<1 %
66	lib.ibs.ac.id Internet Source	<1 %
67	repository.widyamandala.ac.id Internet Source	<1 %
68	Aprielia Winata, Budi Prabowo. "Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada London Beauty Center (LBC) Sidoarjo", <i>El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam</i> , 2022 Publication	<1 %
69	Arif Wahyu Setiawan, Muinah Fadhilah, Lusia Tria Hatmanti Hutami. "Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek di Mixue Yogyakarta", <i>Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal</i> , 2023 Publication	<1 %
70	Wahyudi, Eko. "Strategy of Creating Competitive Advantage Through Product Innovation and Social Media in Improving	<1 %

Marketing Performance of Batik SMEs", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2022

Publication

71	docobook.com Internet Source	<1 %
72	ejournal.stei.ac.id Internet Source	<1 %
73	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
74	fr.scribd.com Internet Source	<1 %
75	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	<1 %
76	lib.ui.ac.id Internet Source	<1 %
77	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
78	repository.usu.ac.id Internet Source	<1 %
79	worldscholarshipforum.com Internet Source	<1 %
80	www.pmi-indonesia.org Internet Source	<1 %

81

Putri Fatima, Faizal Amir. "Studi Komparatif Theory Planned Behavior antara yang Sudah dan yang Belum Tersertifikasi Halal di Sumenep", *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2023

Publication

<1 %

82

Abu Bakar, Valendriyani Ningrum. "HUBUNGAN ANTARA XEROSTOMIA DENGAN GENDER DAN USIA PADA KELOMPOK LANJUT USIA DI KOTA DUMAI", *B-Dent: Jurnal Kedokteran Gigi Universitas Baiturrahmah*, 2023

Publication

<1 %

83

repository.uinjambi.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off