FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA KESEHATAN PADA RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK ERIA BUNDA PEKANBARU

SKRIPSI

OLEH :

SELINA
10871004637

PROGRAM S1
JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU

2011

SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA KESEHATAN PADA RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK ERIA BUNDA PEKANBARU

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Mengikuti Ujian Oral Comprehensive
Sarjana Lengkap Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Pekanbaru

OLEH :

SELINA
10871004637

PROGRAM S1
JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2011

ABSTRAKSI

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Kesehatan pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Eria Bunda Pekanbaru

oleh: Selina

Meningkatnya jumlah penduduk perkotaan dan perkembangan industri kesehatan yang sangat cepat telah mengakibatkan semakin ketatnya persaingan dibidang bisnis kesehatan. Konsumen bebas memilih menggunakan jasa kesehatan untuk dirinya sendiri sesuai dengan kemampuan finansial dan kepercayaannya terhadap kualitas pelayaan rumah sakit. Kondisi ini memaksa perusahaan kesehatan dalam hal ini Rumah Sakit untuk dapat menemukan sebuah solusi atau strategi yang tepat untuk mencapai keunggulan kompetitif dengan harapan agar perusahaan dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Untuk itu penelitian tentang keputusan konsumen layak dilakukan sebagai salah satu acuan dalam menetapkan kebijakan perusahaan. Keputusan konsumen menggunakan jasa kesehatan diantaranya dipengaruhi oleh dua faktor utama yaitu faktor internal daan faktor eksternal konsumen. Adapun permasalahan penelitian dirumuskan "apakah faktor internal dan faktor eksternal berpengaruh terhadap keputusan konsumen". Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang pasien di RSIA Eria Bunda Pekanbaru yang dijumpai dan diminta mengisi angket. Dari kedua faktor tersebut dilakukan penelitian dengan analisis regresi linier berganda setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selain itu dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas, heterokedastisitas, normalitas data dan uji linieritas. Hasil analisis data yang telah dilakukan, untuk variabel faktor internal didapat nilai thitung sebesar 2,62 dan variable faktor eksternal sebesar 3,535. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variable faktor internal (X1) dan variable faktor eksternal (X2) mempunyai nilai lebih besar dari t tabel sebesar 1,984, maka secara individu berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa kesehatan pada Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Eria Bunda Pekanbaru (Y). Dari perhitungan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa nilai Fhitung sebesar 41.356 lebih besar dari Ftabel sebesar 3,090. Dengan demikian dapat diartikan bahwa faktor internal dan eksternal konsumen secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan Jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda Pekanbaru.

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI ..... **i**

KATA PENGANTAR ..... **ii**

DAFTAR ISI ..... **iv**

DAFTAR TABEL ..... **vi**

DAFTAR GAMBAR ..... **vii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **viii**

BAB I PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah 1

I.2. Perumusan Masalah 5

I.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian 5

I.4. Sistematika Penulisan 6

BAB II TELAAH PUSTAKA

II.1. Landasan teori 8

II.2. Hipotesis 20

II.3. Variabel Penelitian 20

BAB III METODE PENELITIAN

III.1. Tempat dan Waktu Penelitian 21

III.2. Populasi dan sampel 21

III.3. Jenis dan Sumber Data 23

III.4. Teknik Pengumpulan Data 23

III.5. Validitas dan Realibilitas 25

III.6. Uji Asumsi Klasik 26

BAB IV GAMBARAN UMUM RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK ERIA BUNDA PEKANBARU

IV.1. Sejarah Singkat Perusahaan 32

IV.2. Pendiri RSIA Eria BUnda Pekanbaru 33

IV.3. Struktur Organisasi 34

IV.4. Visi dan Misi RSIA Eria Bunda Pekanbaru 36

IV.5. Aktivitas RSIA Eria BUnda Pekanbaru 37

IV.6. Fasilitas, Pelayanan Diagnostik dan Fasilitas Umum RSIA Eria Bunda Pekanbaru 38

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

V.1. Hasil Penelitian 40

V.2. Uji Validitas dan Reliabilitas 48

V.3. Uji Asumsi Klasik 51

V.4. Analisis Data 56

BAB VI PENUTUP

VI.1. Kesimpulan 61

VI.2. Saran 62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Rumah Sakit merupakan unit pelayanan kesehatan dari sistem kesehatan dan merupakan unsur strategis dilihat dari konteks jumlah biaya yang dikeluarkan, dimana sebagian besar dana kesehatan terserap dalam sektor rumah sakit, baik di negara maju maupun di negara berkembang.

Bagi kebanyakan masyarakat awam rumah sakit merupakan penyedia layanan yang terkenal dengan kelengkapan prakter dokter, layanan 24 jam gawat darurat, dan juga layanan rawat inap. Keberadaan rumah sakit bertumbuh seiring dengan meningkatnya populasi.

Rumah sakit biasanya terdiri dari layanan praktek dokter (rawat jalan), instalasi farmasi/apotek, ruang rawat inap, laboratorium, ruang bedah, kamar otopsi dan mayat, layanan ASKES, dan layanan gawat darurat 24 jam. Dengan kata lain rumah sakit sebenarnya merupakan salah satu bentuk pasar, tempat bertemunya antara penyedia dengan konsumen yang membutuhkan jasa kesehatan dengan penyedia layanan kesehatan.

Sebagai penyedia layanan kesehatan, rumah sakit berada dalam fungsi ganda yang mungkin bertolak belakang yaitu antara misi untuk memberikan kesehatan namun juga tetap mendapatkan keuntungan. Namun sebagaimana industri kebanyakan, tiap rumah sakit pastinya memiliki misi untuk mendapatkan keuntungan yang besar.

Pengelolaan rumah sakit yang efisien dan efektif merupakan syarat mutlak agar rumah sakit dapat memberi pelayanan yang optimal. Pelayanan medik dan keperawatan merupakan subsistem dari sistem pelayanan yang ada di rumah sakit. Bentuk pelayanan yang diberikan disesuaikan dengan keadaan pasien, sehingga lebih bersifat individual. Cara pemberian pelayanan berbentuk suatu kerja sama yang menghasilkan pelayanan kepada pasien yang bersifat terus menerus selama 24 jam/hari dan 365 hari/tahun.

Saat ini perkembangan penyedia jasa kesehatan di kota pekanbaru sudah menjadi pasar rumah sakit yang sempurna dimana konsumen sebagai pengguna jasa pelayanan kesehatan memiliki pilihan beragam terhadap bidang jasa kesehatan. Situasi pasar ini membuat konsumen memiliki kekuatan yang dominan karena mereka memiliki banyak alternatif yang tersedia. Banyaknya pilihan tersebut membuat penyedia layanan kesehatan harus jeli mempelajari perilaku konsumen.

Mempelajari perilaku konsumen yang merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan. Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh berbagai lapisan masyarakat dimana ia dilahirkan dan dibesarkan sehingga yang perlu diketahui adalah faktor internal dan faktor eksternal apakah yang mendorong konsumen khususnya konsumen jasa rawat inap dan rawat jalan pada Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Eria Bunda Pekanbaru dalam menentukan keputusan penggunaan jasa kesehatan.

Dari data awal yang diperoleh dari RSIA Eria Bunda jumlah pasien dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. hal ini dikarenakan RSIA Eria Bunda merupakan rumah sakit Ibu dan anak yang dipandang berkelas oleh masyarakat Pekanbaru dan merupakan salah satu rumah sakit rujukan. Berikut ini adalah data pasien RSIA Eria Bunda Pekanbaru dari tahun 2005 sampai tahun 2009.

Tabel I.1 Jumlah Kunjungan Pasien Rawat Inap dan Rawat jalan Pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Eria Bunda Pekanbaru Periode 2005-2009.

Tahun	Kunjungan Pasien		% Kenaikan Pasien	
	Rawat Inap	Rawat Jalan	Rawat Inap	Rawat Jalan
2005	2684	18772	-	-
2006	2950	20361	9.91 %	8.46%
2007	3632	22937	23.11%	12.65%
2008	4127	24445	13.62%	6.57%
2009	4854	26546	17.61%	8.59%

Sumber: Rumah Sakit Ibu dan Anak Eria Bunda, 2010.

Dari data yang diperoleh dari Rumah Sakit Ibu dan Anak Eria Bunda di atas jumlah kunjungan pasien dari tahun ke tahun mengalami kenaikan. Sampai pada tahun 2009 jumlah kunjungan pasien rawat inap pada RSIA Eria Bunda mencapai 4854 pasien dan pasien rawat jalan sebanyak 26546 pasien.

Beberapa penelitian terdahulu mengenai perilaku konsumen telah banyak dilakukan diantaranya oleh Kartika (2008) yang menganalisis Faktor Eksternal yang mempengaruhi keputusan membeli mobil Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia di Medan. Kesimpulan dari hasil penelitian tersebut adalah variabel (1) produk dan harga (2) keluarga dan kelompok rujukan keduanya memiliki kemampuan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Medan atas mobil Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia dan keputusan pembelian konsumen atas kedua merk mobil mobil Toyota Avanza berbeda dengan Daihatsu Xenia.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Saputra (2008) dengan judul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pada minimarket Galaxy di Boyolali. Variable penelitiannya adalah faktor produk, lokasi, harga, promosi dan pelayanan. Hasil penelitian menyatakan bawha produk, lokasi, harga dan promosi semuanya berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pada minimarket Galaksi di Boyolali.

Penelitian lain dilakukan oleh Afiana (2006) dengan judul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian jasa (studi kasus super M *fitness centre* Jakarta Timur). Variabel yang digunakan adalah variabel faktor komunikasi, faktor eksternal konsumen, faktor pelayanan, faktor fasilitas kamar mandi dan kamar ganti, faktor kinerja *trainer* dan karyawan, faktor peralatan, faktor waktu konsumen dan kemampuan trainer, faktor keandalan, faktor tempat parkir dan kredibilitas. Kesimpulan yang di adapakan adalah kesembilan faktor tersebut berpengaruh terhadap keputusan konsumen dengan besaran pengaruh bervariasi.

Haliana (2009) meneliti tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk mie instan merek Indomie dengan variable faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Dari hasil pengujian yang dilakukan didapat bahwa seluruh faktor baik budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian produk mie instan merek Indomie. Namun dari ke empat faktor tersebut yang paling dominan adalah faktor budaya dengan nilai korelasi pengambilan

keputusan pembelian sebesar 0,466. Dari beberapa penelitian sebelumnya maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul:

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Kesehatan Pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Eria Bunda Pekanbaru.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya dalam hal objek yang diteliti dan variable-variabel yang digunakan. Sementara ada kesamaan dalam hal analisis data yakni semuanya dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier selain itu beberapa teori yang digunakan memiliki kesamaan dan perbedaan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Penelitian ini penting mengingat dewasa ini semakin banyak Rumah Sakit , klinik dan jasa kesehatan sejenis berdiri di kota pekanbaru dengan pelbagai macam kharakteristik yang ditawarkan. Sehingga persaingan binis kesehatan masyarakat semakin ketat. Untuk itu studi tentang perilaku konsumen layak dilakukan oleh pemasar untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen memilih rumah sakit sebagai penyedia jasa kesehatan.

I.2 Perumusan Masalah

Sesuai dengan judul di atas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah: Apakah faktor internal dan eksternal berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda?

I.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan adanya sesuatu hal yang diperoleh setelah penelitian selesai. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh dari faktor internal dan faktor eksternal terhadap keputusan penggunaan jasa kesehatan pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Eria Bunda Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor internal dan faktor eksternal terhadap keputusan penggunaan jasa kesehatan pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Eria Bunda Pekanbaru.

Adapun manfaat penelitian ini meliputi:

1. Bagi Perguruan Tinggi, untuk menambah referensi bagi Perguruan tinggi sehingga dapat memberikan informasi kemungkinan dapat dilaksanakannya penelitian lebih lanjut dan sebagai bahan masukan dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Bagi peneliti, untuk menambah pengetahuan dan pengalaman.
3. Bagi Rumah Sakit, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi salah satu masukan dalam pengembangan Rumah Sakit Ibu dan Anak Eria Bunda Pekanbaru.

I.4 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini, dibagi dalam VI bab. Masing-masing bab saling berkaitan, yaitu sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan, berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Landasan teori dan hipotesis, yaitu landasan yang menggambarkan dari beberapa teori yang berhubungan dengan skripsi ini dan hipotesis yaitu kesimpulan sementara tentang penelitian.

BAB III : Metode penelitian memuat tentang populasi penelitian, sampel penelitian, variabel penelitian, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV : Gambaran umum perusahaan, sejarah singkat rumah sakit Ibu dan Anak Eria Bunda Pekanbaru, visi misi dan struktur organisasi

BAB V : Hasil penelitian dan pembahasan memuat tentang pengumpulan data, analisis data dan pembahasan.

BAB VI : Penutup memuat kesimpulan dan saran.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

II.1 Landasan Teori

II.1.1 Pemasaran

Kotler (2000: 9) menjelaskan bahwa “pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu atau kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”.

Menurut uraian diatas mengenai pemasaran pada dasarnya mengandung satu tujuan yang paling utama yaitu dapat menemukan, memberikan, serta memenuhi segala kebutuhan para konsumen berupa produk maupun jasa. Hal tersebut juga berlaku bagi RSIA Eria Bunda Pekanbaru agar dapat memenuhi tujuan pemasaran yang paling utama yaitu dapat menemukan, memberikan, serta memenuhi segala kebutuhan pasien.

II.1.2 Jasa

RSIA Eria Bunda Pekanbaru dikategorikan sebagai salah satu jenis badan usaha jasa. Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak dengan pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Kotler (2000: 486), Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa dapat terikat atau tidak terikat pada suatu produk fisik.

Berdasarkan definisi di atas, maka jasa pada dasarnya adalah sesuatu yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

a. Suatu yang tidak berwujud, tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
b. Proses produksi jasa dapat menggunakan atau tidak menggunakan bantuan suatu produk fisik
c. Jasa tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan.
d. Terdapat interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa.

Menurut Tjiptono (2006: 5), pada umumnya produk dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara, salah satu cara yang banyak digunakan adalah klasifikasi berdasarkan daya tahan atau berwujud atau tidaknya suatu produk. Berdasarkan kriteria tersebut terdapat tiga jenis kelompok produk , yaitu:

a. Barang tidak tahan lama *(non durable good)*
   Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali konsumsi atau pemakaian. Misalnya produk makanan, minuman, sabun, kapur tulis, dan sebagainya.
b. Barang tahan lama *(durable good)*
   Barang tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dan memiliki umur lebih dari satu tahun. Misalnya radio, lemari, dan sebagainya.
c. Jasa *(service)*
   Jasa merupakan suatu kegiatan atau aktifitas yang ditawarkan untuk dijual. Misalnya bengkel reparasi, salon, asuransi, hotel, dan sebagainya.

II.1.3 Karakteristik Jasa

Kotler (2000: 304) menyebutkan bahwa karakteristik jasa adalah:

a. Lebih bersifat tidak berwujud dari pada berwujud
b. Produksi dan konsumsi bersamaan waktu
c. Kurang memiliki standar dan keseragaman

Empat karakteristik yang paling sering dijumpai dalam jasa menurut Payne (2005 : 9) dan Tjiptono (2006 : 15-18) adalah :

a. Tidak berwujud *(intangibility).*
   Tidak berwujud yaitu tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium, atau didengar sebelum dibeli. Konsep tidak berwujud ini sendiri memiliki dua pengertian, yaitu :
   1) Sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan, ataupun dipahami.
   2) Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa.
b. Tidak terpisahkan *(inseparibility).*
   Tidak terpisahkan adalah suatu jasa yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan, dengan partisipasi konsumen dalam proses tersebut.
c. Heterogenitas atau bervariasi *(variability).*
   Bervariasi adalah jasa bersifat sangat variabel nonstandardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Hal ini dikarenakan tergantung oleh siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa tersebut dilakukan.
d. Tidak tahan lama atau mudah lenyap *(perishability).*
   Tidak tahan lama adalah jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Hal ini ada pengecualian yaitu jasa dapat disimpan dalam bentuk pemesanan.

II.1.4 Pengertian Perilaku Konsumen.

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini (Setiadi: 2005). Untuk memahami dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat seseorang harus memahami apa yang orang lain pikirkan (kognisi) dan apa yang orang lain rasakan (pengaruh), apa yang orang lain lakukan (prilaku), dan apa yang dipikirkan, dirasa, dan dilakukan konsumen.

The American Mark Association mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut: “Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup orang lain” Olson, (2004: 6).

Dari definisi diatas terdapat tiga ide penting, yaitu:

a. Perilaku konsumen bersifat dinamis, itu berarti bahwa perilaku seorang konsumen , grup konsumen, ataupun masyarakat luas selalu bergerak sepanjang waktu. Hal ini memiliki implikasi terhadap studi perilaku konsumen demikian pula pada pengembangan strategi pemasaran. Dalam hal studi konsumen, salah satu implikasinya adalah bahwa generalisasi biasanya terbatas untuk jangka waktu tertentu, produk dan grup tertentu.
b. Dalam perilaku pemasaran biasanya terdapat juga interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitarnya.
c. Selain itu perilaku konsumen juga melibatkan pertukaran. Itu merupakan hal terakhir yang ditekankan dalam definisi perilaku konsumen yaitu pertukaran antar individu. Hal ini membuat definisi perilaku pemasaran tetap konsisten dengan definisi pemasaran sejauh ini juga menekankan pertukaran.

II.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

Howard dan Sheth (Sumarwan, 2002: 132), menyatakan bahwa keputusan konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi produk dan jasa dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu (a) kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh produsen dan lembaga lainnya, (b) faktor perbedaan individu konsumen dan (c) faktor lingkungan konsumen.

Menurut Kotler (2003) Ada dua faktor dasar yang mempengaruhi konsumen yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi motivasi, persepsi, gaya hidup, kepribadian, kepercayaan dan sikap, proses

belajar, pekerjaan dan keadaan ekonomi. Sementara faktor eksternal meliputi: keluarga, kelas sosial, kebudayaan dan kelompok referensi.

Wilkie (2000: 157) berpendapat bahwa keputusan konsumen itu dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal, yang disebut faktor eksternal antara lain budaya, keluarga, kelompok acuan, kondisi lingkungan, kegiatan pemasaran perusahaan, dan situasi.

a. Faktor internal meliputi:

2) Motivasi

Motivasi adalah suatu dorongan kekuatan yang menyebabkan perilaku konsumen dalam mencari kebutuhan terhadap kepuasan (Kerin dkk, 2003: 179). Oleh karena itu konsumen membutuhkan fokus dari sebuah konsep motivasi itu sendiri dan berusaha untuk memenuhi motivasi tersebut.

3) Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai “Proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti di dunia ini” (Setiadi: 2005).

4) Gaya hidup

Gaya hidup seseorang adalah “pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang”. Selain itu juga menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Juga mencerminkan sesuatu dibalik sosial seseorang (Setiadi, 2005).

5) Kepribadian

Yang dimaksud dengan kepribadian adalah “karakteristik psikologis yang berbeda dari tiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten” (Setiadi, 2005).

6) Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu (Kotler: 2000: 185). Sifat yang penting dari sikap adalah kepercayaan dalam memegang sikap tersebut.

7) Proses Belajar

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Pengertian belajar dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Pengertian belajar adalah suatu proses dimana konsumen belajar dari sebuah sumber informasi untuk menggunakan informasi mengenai pelayanan dan produk.

8) Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu (Setiadi: 2005). Jika para pemasar dapat mengidentifikasi kelompok pekerja dan memiliki minat di atas rata-rata maka dapat menentukan segmentasi produk dan jasa kepada kelompok pekerja yang dimaksud.

9) Keadaan Ekonomi

Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (Tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah

dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan mengeluarkan uang atau menabung (Setiadi: 2005).

b. Faktor eksternal meliputi:

1) Kelas Sosial

"Adalah kelompok-kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hirearki dan keanggotaanya mempunyai nilai, minat dan perilaku serupa" (Kotler, 2000: 161)

2) Kelompok Referensi

"Kelompok referensi meliputi seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang" (Kotler: 163).

Beberapa diantaranya kelompok primer, dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti keluarga, teman, tetangga, teman sejawat. Kelompok sekunder cenderung lebih resmi dan dimana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan. Kelompok yang ingin seseorang menjadi anggotanya disebut kelompok aspirasi. Sebuah kelompok diasosiatif (memisahkan diri) adalah sebuah kelompok yang tidak sidukai oleh individu.

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok dari konsumen sasaran. Orang umumnya sangat dipengaruhi oleh kelompok referensi para pemasar pada tiga cara. Pertama kelompok referensi memperlihatkan pada seseorang perilaku dan gaya hidup baru. Kedua, para pemasar juga mempengaruhi sikap dan konsep jati diri seseorang karena

umumnya orang tersebut ingin “menyesuaikan diri”. Ketiga menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat mempengaruhi pilihan produk dari merek seseorang.

3) Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lain bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Seorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, pereferensi, dan perilaku melalui proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lemabaga-lembaga social penting lainnya. Seorang anak yang dibesarkan di Amerika akan terbuka pada nilai-nilai: prestasi dan keberhasilan, kegiatan efisiensi dan kepraktisan, kemajuan, kenyamanan dan segi materi, individualisme, kebebasan, kenyamanan di luar, kemanusiaan dan jiwa muda (Kotler: 2000: 165).

4) Keluarga

Dapat dibedakan antara dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama adalah: keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orangtualah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang merupakan organisasi pembeli dan konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara insentif (Kanuk, 2004).

II.1.6 Pengertian Pengambilan Keputusan

Banyak definisi mengenai pengambilan keputusan, secara umum keputusan adalah seleksi terhadap beberapa alternatif atau harus ada pilihan yang menjadi syarat untuk mengambil keputusan. “Pengertian keputusan adalah merupakan suatu pemecahan masalah sebagai suatu hukum situasi yang dilakukan melalui pemilihan suatu alternatif dari beberapa alternative” (Hasan: 2002: 9). Pengertian pengambilan keputusan adalah suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk ditindaklanjuti yang digunakan sebagai suatu cara pemecahan masalah.

“Keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan kata lain pilihan harus tersedia ketika seseorang akan mengambil keputusan.” (Schiffman, 2008: 485). dikutip dari Lukasyanti(2006: 17) Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya termasuk: usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian.

Menurut Kotler ada beberapa tahap dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian, antara lain:

a. Pengenalan masalah

Pengenalan masalah merupakan faktor terpenting dalam melakukan proses pembelian, dimana pembeli akan mengenali sesuatu masalah atau kebutuhan. Pembeli akan menyadari adanya perbedaan antara keadaan yang sesungguhnya dan keadaan yang diinginkan. Kebutuhan tersebut dapat digerakkan oleh

rangsangan dalam diri pembeli atau dari luar dan semua rangsangan itu dapat menyebabkan seorang pembeli mengenal suatu masalah atau kebutuhan.

b. Pencarian Informasi

Seseorang selalu mempunyai minat atau dorongan untuk mencari informasi. Apabila dorongan tersebut kuat dan obyek yang dapat memuaskan kebutuhan itu tersedia maka konsumen akan bersedia membelinya, tetapi jika dorongan tersebut tidak kuat maka konsumen tentu akan mencari yang mendasari kebutuhannya.

Dalam pencarian informasi yang lebih lanjut dapat dibedakan menjadi dua tingkatan antara lain:

a. Konsumen akan lebih banyak mendapat perhatian pada produk yang akan dibelinya. Disini konsumen lebih banyak mendapat perhatian pada produk yang akan dibelinya. Di sini konsumen berusaha untuk lebih mengenal produk tersebut dengan baik, agar konsumen dapat membuat keputusan untuk membeli produk tersebut.
b. Konsumen mengadakan pencarian yang aktif, dimana konsumen akan mencari informasi yang lebih banyak lagi. Ini dapat dilakukan dengan mencari bahan bacaan, menelepon teman dan langsung terlibat dalam kegiatan pencarian informasi akan produk tersebut.

Sumber informasi antara lain:

a. sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga dan kenalan.
b. Sumber komersial: Perikanan dan pameran
c. Sumber publik: media massa
d. Sumber eksperensial: pengujian dan penggunaan atas produk.

Proses keputusan konsumen merupakan hal penting yang akan dilakukan dalam membeli suatu produk. Bagi konsumen, proses keputusan konsumen merupakan suatu kegiatan, karena di dalam proses tersebut memuat berbagai langkah yang terjadi secara berurutan sebelum sebelum konsumen mengambil keputusan.

Menurut Engel, (2000) seperti dikutip dalam Afiana (2006:8). langkah-langkah yang ada dalam proses keputusan konsumen meliputi:

e. Pengetahuan kebutuhan
   Konsumen mempersiapkan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi aktual yang memadai untuk membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan.
f. Pencarian informasi
   Konsumen mancari informasi yang disimpan di dalam ingatan atau mendapatkan informasi yang relevan dengan keputusan dari lingkungan.
g. Evaluasi alternatif.
   Konsumen mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih.
h. Pembelian
   Konsumen memperoleh alternatif yang dipilih atau pengganti yang dapat diterima bila perlu.
i. Hasil
   Konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang dipilih memenuhi kebutuhan dan harapan segera sesudah digunakan.

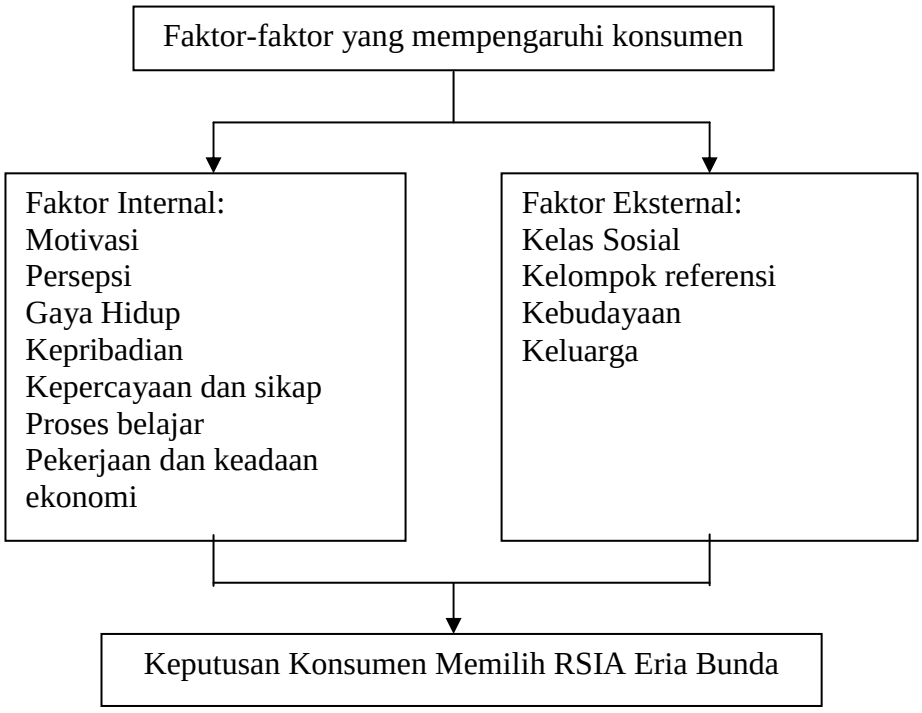
II.1.7 Hubungan Antara Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dengan Keputusan Konsumen.

Konsumen membeli barang atau jasa adalah untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Konsumen memiliki bermacam-macam perilaku dalam membeli suatu produk atau jasa, yang dipengaruhi beberapa faktor, yaitu faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal. Faktor-faktor internal terdiri dari dalam pribadi konsumen yang terdiri dari motivasi, persepsi, gaya hidup, kepribadian kepercayaan dan sikap, sedangkan faktor eksternal merupakan pengaruh dari luar yang terdiri dari kelas sosial, kelompok referensi, kebudayaan dan keluarga.

Perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh faktor di atas akan menentukan proses pengambilan keputusan konsumen dalam memilih penggunaan Jasa kesehatan di RSIA Eria Bunda.

2. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penjelasan dihalaman sebelumnya, pada bagian ini kan dijelasakan pula tentang kerangka pemikiran. Adapun kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka berfikir faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih layanan kesehatan pada RSIA Eria Bunda.

Dari Gambar 1 dapat dijelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen secara garis besar ada dua yaitu faktor internal yang meliputi motivasi, persepsi , gaya hidup , kepribadian, kepercayaan dan sikap, proses belajar,

pekerjaan dan keadaan ekonomi, dan faktor eksternal yang meliputi kelas sosial, kelompk referensi, kebudayaan, keluarga. Kedua faktor tersebut diduga mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jasa layanan kesehatan pada RSIA Eria Bunda.

II.2 Hipotesis

Diduga faktor internal dan faktor eksternal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa kesehatan pada rumah sakit Ibu dan Anak Eria Bunda Pekanbaru.

II.3Variabel Penelitian

Variable penelitian dalam penelitia ini yaitu:

1) Faktor Internal (X_1)
2) Faktor Eksternal (X_2)
3) Keputusan Konsumen (Y)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

III.1 Tempat dan Waktu Penelitian

1. Waktu Penelitian

   Penelitian ini dilaksanakan selama 4 bulan yaitu bulan Juni 2010 sampai Oktober 2010

2. Lokasi Penelitian

   Penelitian ini dilaksanakan pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Eria Bunda Pekanbaru yang beralamat di Jl. Kh. Ahmad Dahlan no. 163 Pekanbaru.

III.2 Populasi dan Sampel

Menurut Arikunto (2002:108) “Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”. Dari pendapat lain disebutkan populasi adalah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif, daripada karakteristik tertentu mengenai sekelompok obyek yang lengkap dan jelas (Usman dan Setiady, 2000:43). Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa populasi penelitian adalah keseluruhan subjek yang akan diteliti di wilayah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien yang pernah dirawat di rumah sakit Ibu dan Anak Eria Bunda

Menurut Arikunto, (2002:109) ”Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti” sedangkan Usman dan Setiady (2000: 44), mendefinisikan ”sampel penelitian adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik-teknik tertentu”.

Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *accidental*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang diperoleh dari siapa saja yang kebetulan dirawat dan berobat di Rumah Sakit Ibu dan Anak Eria Bunda (Hadi, 2002: 227). Dengan demikian berarti sampel yang diambil merupakan konsumen yang kebetulan di rawat di RSIA Eria Bunda.

Pada penelitian ini, populasinya adalah pasien rawat inap dan rawat jalan di RSIA Eria Bunda Pekanbaru pada tahun 2009 (data Terakhir) sebanyak 31400 orang. Untuk menentukan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini digunakan rumus *slovin*, pemakaian rumus ini mempunyai asumsi bahwa populasi berdistribusi normal, dengan menggunakan tingkat *error* atau kesalahan 10% (Umar, 2002: 127).

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan: N = Ukuran Populasi

n = Ukuran Sampel

e = Tingkat Kesalahan 10% (0.10)

$$n = \frac{31400}{1 +(31400 \text{ X } 0{,}1^2)}$$

$$n = \frac{31400}{315}$$

$n =$ 99.68

Berdasarkan perhitungan di atas maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 99,68 yang dibulatkan menjadi 100 responden yang menjalani perawatan di RSIA Eria Bunda.

III.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari informasi melalui wawancara dan hasil-hasil yang diperoleh dari pengisian kuesioner oleh konsumen RSIA Eria Bunda Pekanbaru.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung, melalui dokumentasi dan buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi.

III.4 Teknik Pengumpulan Data

Penentuan teknik pengumpulan data yang tepat sangat menentukan kebenaran ilmiah suatu penelitian. Selain itu penentuan metode pengumpulan data yang sesuai dengan masalah yang diteliti akan membantu memperlancar tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

1. Angket (kuesioner)

   Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Dalam penelitian ini angket yang tersedia nantinya diberikan kepada pasien rumah RSIA Eria Bunda.

   Responden diminta untuk mengisi daftar pertanyaan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan pada RS tersebut meliputi faktor internal dan faktor eksternal. Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang variabel bebas yaitu

faktor internal dan faktor eksternal variabel terikat yaitu keputusan menggunakan jasa kesehatan. Alasan digunakannya metode ini adalah:

a. Responden adalah orang yang tahu tentang dirinya sendiri sehingga akan diperoleh data yang lengkap dan benar sebab materi yang diungkap lebih bersifat pribadi;

b. Hemat waktu, tenaga, dan biaya. Angket yang digunakan adalah angket tertutup, di mana responden tidak diberi kesempatan untuk menjawab dengan menggunakan kata-kata sendiri. Responden tinggal memilih jawaban yang disediakan. Untuk setiap pertanyaan terdiri dari lima alternatif jawaban dengan skor sebagai berikut: jawaban SS (Sangat Setuju) diberi skor 5, jawaban S (setuju) diberi skor 4, jawaban N (netral) diberi skor 3, jawaban TS (tidak setuju) diberi skor 2, dan jawaban STS (Sangat tidak setuju) diberi skor 1

2. Wawancara

Yang di maksud dengan wawancara adalah ”sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi” (Arikunto, 2002:145). Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan metode wawancara yaitu mengadakan tanya jawab secara langsung kepada responden untuk menambahkan data yang belum terungkap. Metode ini digunakan sebagai pendukung/ pelengkap metode kuesioner untuk mendapatkan jawaban tentang hal-hal yang belum jelas kaitannya dengan penelitian ini.

III.5 Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Validitas data merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihahn suatu instrumen. Instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat, tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah Teknik korelasi *product moment* dari pearson. Pengujian menggunakan program SPSS versi 16.00 dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing pertanyaan dalam skor total. Nilai korelasi (r) di bandingkan dengan angka kritis dalam tabel korelasi, untuk menguji koefisien korelasi ini digunakan taraf signifikansi 5%, dan jika r hitung > r tabel maka pertanyaan tersebut valid.

2. Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Uji Reliabilitas ini hanya dilakukan terhadap butir-butir yang valid, dimana butir-butir yang valid diperoleh melalui uji validitas. Teknik yang digunakan untuk uji reliablitas adalah Teknik *Alpha-Cronbach*. Uji

reliabilitas instrumen menggunakan pengujian dengan taraf signifikansi 5%, jika r alpha >0,6 maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Penghitungan dengan menggunakan komputer program SPSS versi 16.00

III.6 Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan terbebas dari bias. Yang mengakibatkan hasil regresi yang diperoleh tidak valid dan akhirnya hasil regresi tersebut tidak dapat dipergunakan sebagai dasar untuk menguji hipotesis dan penarikan kesimpulan, maka digunakan asumsi klasik.

Empat asumsi klasik yang di perhatikan adalah :

1. **Uji Normalitas**

   Uji normalitas data ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah variabel dependen dan variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Modal regresi yang baik memiliki distribusi atau mendekati normal. Pengujian Normalitas data menggunakan *software* SPSS 16.0.

2. **Uji Linieritas**

   Uji linieritas adalah satu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linier suatu distribusi data penelitian. Hubungan yang bersifat linier antara variabel bebas dengan variable terikat merupakan persyaratan mutlak dalam penerapan analisis regresi. Hal ini disebabkan hakekat regresi yang signifikan menunjukkan adanya hubungan linier antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Dalam penelitian ini uji linieritas digunakan untuk menguji linieritas hubungan antara faktor internal (X1) terhadap keputusan konsumen (Y) dan faktor eksternal (X2) terhadap keputusan konsumen (Y). Uji linieritas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 16.0. Kriteria suatu hubungan yang bersifat linier jika koefisien probabilitas untuk *Deviation from Linier* P > 0,05.

3. Uji Heterokedastisitas

Pengujian Heterokedastisitas dalam model regresi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau tidak terjadi Heterokedastisitas. Kebanyakan data cross section mengandung situasi Heterokedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar).

Untuk membuktikan ada tidaknya gangguan Heterokesatisitas jika scaterplot membentuk pola tertentu maka regresi mengalami gangguan Heterokedastisitas. Sebaliknya jika scaterplot tidak membentuk pola tertentu (menyebar) maka regresi tidak mengalami gangguan Heterokedastisitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. jika varians dari residual satu pengamatan ke

pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Multikolinearitas

Metode ini digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya Multikolinearitas dalam penelitian ini adalah menggunakan Variance Inflation Factor atau VIF yang merupakan kebalikan dari toleransi sehingga formulasi formulanya sebagai berikut :

$$\textbf{VIF} = \frac{1}{(1 - R^2)}$$

Dimana R^2 merupakan koefisien determinan. Bila toleransi kecil artinya menunjukkan VIF akan besar. Untuk nilai bila VIF > 5 maka dianggap ada Multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya, sebaliknya VIF < 5 maka dianggap tidak terdapat Multikolinearitas (Ghozali, 2005).

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Uji Multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Apabila nilai tolerance value lebih tinggi daripada 0,10 atau VIF lebih kecil daripada 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas (Santoso. 2002 : 206).

III.7 Analisis Data

1. Analisa Regresi berganda

Teknik analisis yang dipergunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan formula sebagai berikut :

$Yi = a + \beta 1X1 + \beta 2X2 + e$

Keterangan :

Y = Keputusan Konsumen

X_1 = Faktor Internal

X_2 = Faktor Eksternal

a = konstanta

b1, b2 = koefisien regresi X1, X2,

e = standar error

2. Uji Hipotesis

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis harus melewati beberapa uji kebenaran yaitu uji simultan dan uji parsial:

a. Uji Simultan (Uji "F")

1) Kriteria hipotesis

Ho : $\beta_1 = \beta_2 = 0$, faktor internal dan faktor eksternal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa RSIA Eria Bunda Pekanbaru.

Ha : $\beta_1 \neq \beta 1 \neq 0$, faktor internal dan faktor eksternal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa RSIA Eria Bunda Pekanbaru.

2) *Level of signifikan*

Level of signifikan yang dipergunakan 5 % dengan derajat bebas (n-k) (k-l). Menunjukkan bahwa 5 % data terdapat kesalahan data sedangkan 95 % data adalah akurat.

Keterangan : n = jumlah pengamatan dan k = jumlah variabel

3) Menentukan nilai F hit

Nilai Fhit dapat diperoleh dengan rumus sebagai berikut :

$$F_{hit} = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k)}$$

Keterangan :

R2 = koefisien determinasi atau koefisien korelasi berganda

n = jumlah pengamatan

4) Kriteria penerimaan dan penolakan Ho

Ho diterima dan Ha ditolak jika Ftab > Fhit

H1 ditolak dan Ha diterima jika Ftab < Fhit

b. Uji parsial (uji "t")

1) Kriteria hipotesis

Ho : $\beta i = 0$, Xi tidak berpengaruh terhadap Y

Ha : $\beta i \neq 0$, Xi berpengaruh terhadap Y

2) *Level of signifikan*

Level of signifikan yang dipergunakan dalam penelitian adalah 5 %, sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian memiliki tingkat kesalahan sebesar 5 % sedang keakuratan data yang dipergunakan adalah sampai

dengan 95 %. Derajat bebas yang dipergunakan dalam penelitian ini antara lain (n-k) dengan α/2 = 5 %/2 = 2,5 % derajat bebas n-k.

Keterangan : n = jumlah pengamatan, k = jumlah variabel

3) Menentukan nilai t hitung.

Nilai t hitung dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t_{hit} = \frac{bi}{Se(bi)}$$

Keterangan :

bi = koefisien regresi

Se(bi) = standard error koefisien determinasi

4) Kriteria penerimaan dan penolakan Ho

Ho diterima dan Ha ditolak, t tab ≤ t hit

Ho ditolak dan Ha diterima jika thit > t tab

BAB IV
GAMBARAN UMUM RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK ERIA BUNDA PEKANBARU

IV.1 Sejarah Singkat Rumah Sakit

Rumah sakit ibu dan anak (RSIA) Eria Bunda merupakan salah satu rumah sakit yang memberikan jasa pelayanan medis kepada masyarakat khususnya untuk anak-anak dan ibu bersalin. RSIA Eria Bunda dibangun pada bulan juli tahun 1997 dan mulai beroprasi pada bulan agustus 1998 yang pada awal berdiri diberi nama Rumah bersalin Eria Bunda.

Rumah bersalin Eria Bunda berkembang cukup cepat seiring dengan meningkatnya kebutuhan kesehatan masyarakat pekanbaru khususnya. Selain itu banyaknya tuntutan masyarakat yang memerlukan tindakan operasi dalam persalinan memberikan dorongan yang kuat untuk meningkatkan status dari rumah bersalin menjadi Rumah sakit. Hal ini karena menurut peraturan dinas kesehatan bahwa yang boleh melakukan tindakan operasi harus berstatus “Rumah Sakit”.

Pada pertengahan tahun 2001 rumah bersalin ini memulai mengurus berbagai hal untuk meningkatkan status menjadi rumah sakit khusus yaitu rumah sakit anak dan bersalin (RSAB). Pada tahun 2003 RB Eria Bunda menambah gedung untuk rawat inap kelas 2 dan kelas 3, dengan kapasitas 10 tempat tidur. Pada tahun yang sama RB Eria Bunda berusaha merubah status menjadi Rumah Sakit dengan membuka fasilitas kamar operasi dan pada tahun itu juga Depkes mengeluarkan Izin sementara untuk RS Eria Bunda dengan nama RSAB EriaBunda.

Pada tahun 2004, RB Eria Bunda kembali menambah gedung untuk rawat inap kelas 3 dengan kapasitas 17 tempat tidur dan pada Bulan April 2004, Depkes RI mengeluarkan izin tetap RSAB Eria Bunda dan lalu pada tahun 2005, RSAB Eria Bunda kembali menambah gedung IV lantai dengan kapasitas 23 kamar rawatan, 2 kamar operasi, 2 kamar bersalin, 1 ruang ICU dan 1 ruang bayi. Seiring dengan perkembangan waktu RSAB Eria Bunda kemudian merubah namanya menjadi Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Pekanbaru dengan logo seorang ibu yang sedang menyusui anak sesuai dengan namanya.

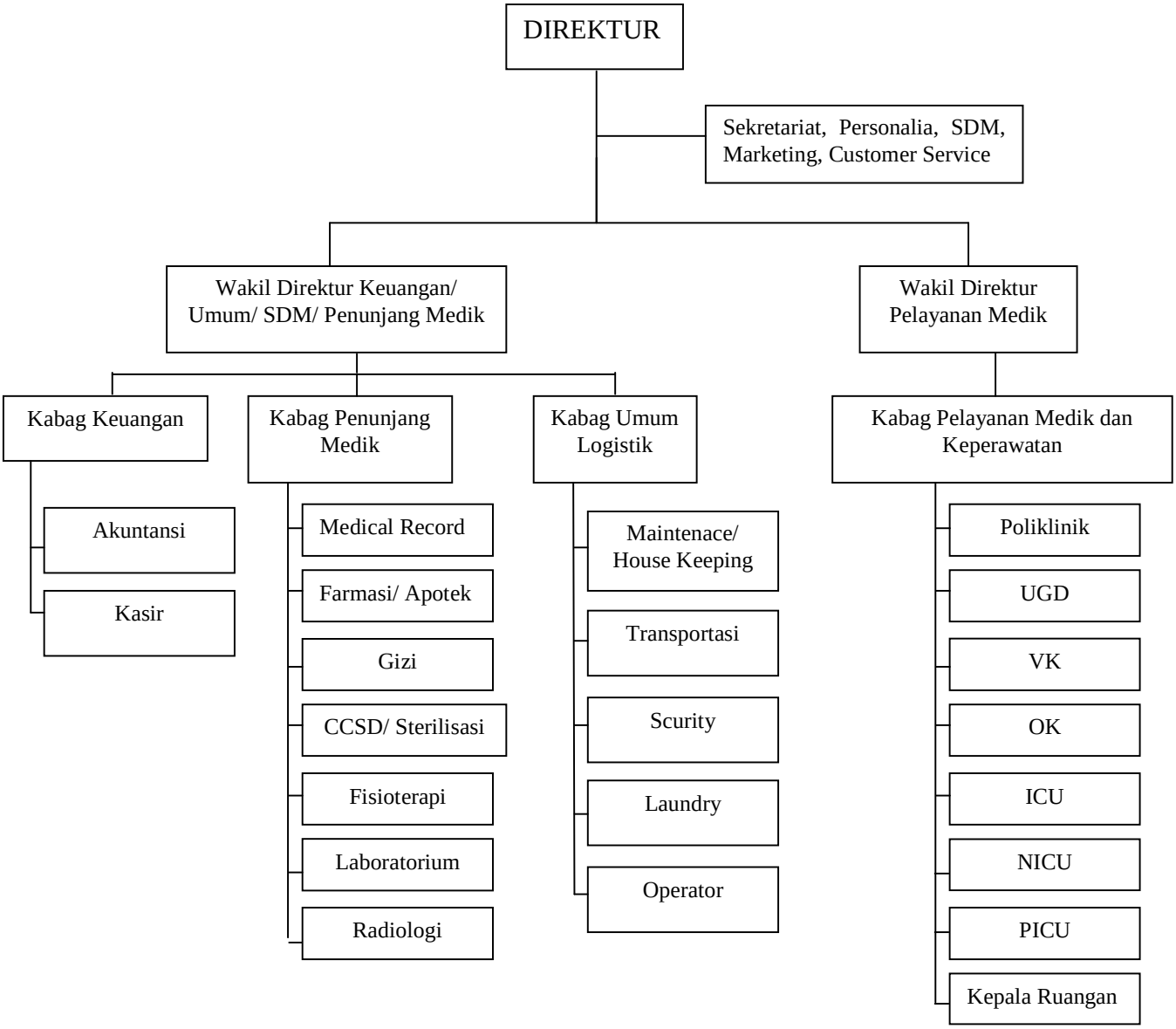
IV.2 Pendiri RSIA Eria Bunda

RSIA Eria Bunda didirikan oleh orang-orang yang memiliki keinginan, visi dan misi yang sama, para pendiri rumahsakit tersebut adalah:

1. Dr. H. Emdahril Muchtar, SpOG
2. Dr H. Riswandi SpA
3. H. Imran Janahar
4. H. Asri Janahar, SE.
5. H. Ardi Janahar.
6. Dr. H. Syamsul Bahri, SpOG.

IV.3 Struktur Organisasi

Gambar. IV.1 Struktur Organisasi RSIA Eria Bunda Pekanbaru



Sumber: RSIA Eria Bunda Pekanbaru.

1. Direktur

Secara Administratif dan fungsional bertanggung jawab kepada Dewan Direksi PT. Sarana Riau Medika atau RSIA Eria Bunda yang meliputi:

a. Menjalankan Visi, Misi dan tujuan perusahaan.
b. Membuat Program Kerja jangka pendek dan jangka panjang.
c. Membuat laporan bulanan kepada pihak rumah sakit.
d. Memperbaiki sistem kerja dan kinerja karyawan
e. Menciptakan suasana kondusif di RSIA Eria Bunda Pekanbaru.

2. Wakil Direktur Keuangan/ Umum/ SDM/ Penunjang Medik

Bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengendalikan semua kegiatan yang berada dibawahnya yaitu bagian keuangan, penunjang medik, dan umum dan logistik.

3. Wakil Direktur Pelayanan Medik

Bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengendalikan semua kegiatan yang berada dibawahnya yang meliputi bagian pelayanan medik dan keperawatan

4. Kabag Keuangan

a. Mengawasi dan mengendalikan perguliran dana atau keuangan perusahaan berdasarkan program-program akuntansi keuangan yang ada.
b. Menyimpan dan memelihara dokumen penting perusahaan.
c. Melaksanakan program akuntansi keuangan rumah sakit.
d. Membuat neraca keuangan rumah sakit.
e. Mengkoordinir kegiatan-kegiatan keuangan rumah sakit lainnya.

5. Kabag Penunjang Medik

Bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengendalikan semua kegiatan penunjang kegiatan medik meliputi *medical record*, apotek/ farmasi, gizi, fisioterapi, gizi, laboratorium dan radiologi.

6. Kabag Umum Logistik

Bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengendalikan semua kegiatan umum dan logistik meliputi maintenance, transportasi, scurity, laundry dan operator.

7. Kabag Pelayanan Medik dan Keperawatan

Bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengendalikan semua kegiatan medis dan keperawatan.

IV.4 Visi dan Misi RSIA Eria Bunda Pekanbaru

1. Visi

Menjadi RS terdepan di Propinsi Riau pada tahun 2010 dalam memberikan pelayanan kesehatan Ibu & Anak.

2. Misi

a. Komitmen pemilik, pengelola, karyawan untuk *continues learning*, *continues improvement dan customer oriented.*

b. Komitmen pemilik dan pengelola untuk mensejahterakan karyawan.

c. Memberikan rasa bangga dan loyalitas yang tinggi bagi *stake holder.*

d. Pemilik, pengelola dan karyawan peka dan tanggap terhadap perobahan dan kemajuan di tingkat lokal, nasional dan global.

e. Menjadikan rumah sakit dengan fasilitas pelayanan kesehatan ibu dan anak terlengkap di Propinsi Riau.

IV.5 Aktivitas RSIA Eria Bunda Pekanbaru

Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Eria Bunda Pekanbaru merupakan rumah sakit yang memberikan pelayanan jasa medis kepada masyarakat khususnya ibu dan anak. Aktivitas rutin yang dilakukan oleh rumah sakit adalah memberikan pelayanan medis dan non medis kepada konsumen dalam hal ini pasien yang sedang berobat maupun yang dirawat dan sitem pelayanan yang dilakukan selama 24 jam.

1. Layanan pasien rawat jalan

   Untuk melayani kebutuhan perawatan masyarakat tidak memerlikan rawat tinggal di rumah sakit, pelayanan dilakukan oleh dokter umum rumahsakit Eria Bunda. Sedangkan untuk perawatan penyakit-penyakit tertentu dilakukan oleh dokter spesialis sebagai konsultan diantaranya poliklinik pelayanan sebagai berikut:

   b. Poli spesialis kebidanan dan penyakit kandungan
   c. Poli spesialis penyakit anak.
   d. Poli Gigi
   e. Poli Bedah
   f. Poli Mata
   g. Poli Penyakit Dalam
   h. Poli Umum

2. Pelayanan pasien rawat tinggal/ inap. Dalam hal pasien rawat tinggal, pengelolaan sehari-hari dilakukan oleh dokter umum Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Eria Bundadi bawah control dokter ahli yang mengadakan tetapa pada waktu-waktu tertentu. Dokter ahli tersebut dantaranya adalah:
    a. Dokter Spesialis Kebidanan dan Penyakit Kandungan, (SpOG)
    b. Dokter Spesialis Anak, (SPA)
    c. Dokter Spesialis Bedah Anak (Sp.BA)
    d. Dokter Spesialis Bedah (Sp.B)
    e. Dokter Spesialis Penyakit Dalam (Sp.PD)
    f. Dokter Spesialis Mata (Sp.M)

IV.6 Fasilitas, Pelayanan Diagnostik, dan Fasilitas Umum di RSIA Eria Bunda

2. Fasilitas

    RSIA Eria Bunda memiliki fasilitas yang cukup memadai untuk rumah sakit, fasilitas tersebut diantaranya adalah:
    a. Unit Gawat Darurat (UGD)
    b. Poliklinik
    c. Medical Chek Up atau Tes Kesehatan
    d. Kamar perawatan Ibu dan Anak
    e. ICU/HCU/NICU/PICU

2. Pelayanan Diagnostik
    a. Radiologi : Kovensional, USG, EKG.

b. Labortarium

c. Farmasi

d. Kamar Operasi

e. Ruang Bersalin

f. Fisioterapi

g. Tumbuh Kembang Anak

3. Fasilitas Umum

a. Cafetaria

b. ATM

c. Tempat Penitipan Anak

d. Mushola

e. Koperasi

f. Parkir Luas

BAB V
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Seperti yang dikemukakan pada bab I, bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari faktor internal dan faktor eksternal terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa kesehatan pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Eria Bunda Pekanbaru sehingga sebelumnya perlu diketahui tentang gambaran umum responden yaitu pasien rawat jalan dan rawat inap di RSIA Eria Bunda Pekanbaru.

Selanjutnya ciri-ciri responden tersebut diharapkan memperjelas dan menambah informasi yang akan berguna untuk menggambarkan latar belakang keadaan responden. Dalam penelitian ini responden berjumlah 100 orang, yang dibagi dalam dua kelompok yaitu pasien rawat inap dan pasien rawat jalan yang berobat ke RSIA Eria Bunda dengan perbandingan 50:50. Untuk lebih jelas mengenai latar belakang responden dapat dilihat pada Tabel V.1.

Tabel V. 1 : Distribusi Pasien Berdasarkan Jenis Kelamin.

No	Jenis Kelamin	F	%
1	Pria	17	17
2	Wanita	83	83
Jumlah		**100**	**100**

Sumber : Data Olahan, 2010

Tabel V.1 menunjukkan bahwa 17% pasien yang berobat ke RSIA Eria Bunda Pekanbaru adalah pria dan selebihnya 83% adalah wanita. Hal ini sesuai dengan segmen pasar yang diambil oleh RSIA Eria Bunda yaitu wanita dan anak-

anak. Namun karena rumah sakit tersebut juga melayani pengobatan umum maka tidak semua pasien yang datang adalah wanita dan anak-anak.

Tabel V.2 Deskripsi Pasien Menurut Usia.

NO	Usia	F	%
1	15 - 25 Tahun	18	18
2	26 – 35 Tahun	35	35
3	> 35 Tahun	37	37
Jumlah		**100**	**100**

Sumber : Data Olahan, 2010

Tabel V.2 menunjukkan pasien dengan rentang usia antara 15-25 tahun sebanyak 18 orang atau 18%, dan pasien dengan usia 26-35 tahun 35% dan yang lebih dari 35 tahun 37%. Dari data tersebut diketahui usia pasien yang menggunakan jasa kesehatan di RSIA Eria Bunda yang paling banyak adalah pasien yang berusia lebih dari 35 tahun.

Tabel V.3 Deskripsi Pasien Menurut Profesi.

NO	Usia	F	%
1	Pelajar / mahasiswa	13	13
2	Wiraswasta	28	28
3	Pegawai Swasta	21	21
4	Pegawai Negeri	13	13
5	Profesional	14	14
6	Lain-lain	11	11
Jumlah		**100**	**100**

Sumber : Data Olahan, 2010

Tabel V.3 menunjukkan profesi pasien sangat beragam mulai dari pelajar/ Mahasiswa, wiraswasta, pegawai swasta, pegawai negeri, profesional dan lain-lain. Deskripsi pasien menurut profesi yang paling banyak adalah wiraswasta

28%, pegawai swasta 21%, profesional 14%, pegawai negeri 13%, pelajar dan mahasiswa 13%, dan lain-lain 11%.

1. Faktor Internal

Faktor internal dalam penelitian ini adalah faktor dari dalam diri konsumen yang terdiri dari motivasi, persepsi, gaya hidup, kepribadian, kepercayaan dan sikap, proses belajar, pekerjaan dan keadaan ekonomi. Indikator-indikator dari faktor internal tersebut diduga mempunyai pengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda. Dari faktor internal diukur dengan menggunakan 14 item pernyataan yang mencerminkan indikator-indikator faktor internal. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada Tabel V.4:

Tabel.V.4 Rekapitulasi jawaban responden untuk pernyataan variabel faktor internal yang mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa RSIA Eria Bunda Pekanbaru.

NO	Pernyataan	Persentase (%)					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	Anda menggunakan jasa RSIA Eria Bunda karena ingin merasakan manfaatnya.	25	66	9	0	0	100
2	Anda yakin bahwa RSIA Eria Bunda merupakan rumah sakit terbaik untuk jasa kesehatan.	14	71	15	0	0	100
3	Menggunakan jasa RSIA Eria Bunda merupakan bagian dari gaya hidup anda.	19	71	10	0	0	100
4	Menggunakan Jasa RSIA Eria Bunda cocok untuk kepribadian anda.	24	63	13	0	0	100
5	Menggunakan Jasa RSIA Eria Bunda Merupakan suatu keharusan.	20	66	13	1	0	100
6	Anda mendapatkan sesuatu yang bermanfaat setelah menggunakan jasa kesehatan di RSIA Eria Bunda.	18	61	21	0	0	100

7	Harga yang ditawarkan oleh RSIA ERIA Bunda sesuai dengan penghasilan anda.	28	59	13	0	0	100
8	RSIA Eria Bunda memberikan pelayanan yang memuaskan.	22	67	11	0	0	100
9	RSIA Eria Bunda memiliki reputasi yang dapat dipercaya.	20	68	12	0	0	100
10	Menggunakan jasa RSIA Eria Bunda dapat meningkatkan kepercayaan diri.	18	68	14	0	0	100
11	Jasa RSIA Eria Bunda sesuai dengan kepribadian yang sehat.	16	68	16	0	0	100
12	RSIA Eria Bunda memiliki kualitas pelayanan yang baik.	20	69	11	0	0	100
13	Anda memperoleh pengetahuan baru tentang kesehatan setelah berkunjung ke RSIA Eria Bunda.	21	70	9	0	0	100
14	Penghasilan anda cukup untuk berobat ke RSIA Eria Bunda.	15	72	12	1	0	100

Sumber : Data Olahan, 2010

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap konsumen yaitu pasien yang menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda tentang faktor internal yang mempengaruhi pasien tersebut disatukan dalam tabel V.5. Jawaban-jawaban responden menunjukkan nilai-nilai positif jika menjawab sangat setuju dan setuju sebaliknya bernilai negatif jika menjawab tidak setuju atau sangat tidak setuju selain.

Dari pernyataan menggunakan RSIA Eria Bunda karena ingin mendapatkan manfaatnya, yakni bahwa RSIA Eria Bunda merupakan rumah sakit terbaik untuk jasa kesehatan, menggunakan jasa RSIA Eria Bunda merupakan bagian dari gaya hidup, menggunakan jasa RSIA Eria Bunda cocok untuk

kepribadian, menggunakan jasa RSIA Eria bunda merupakan suatu keharusan mendapatkan jawaban positif lebih dari 80%.

Dari pernyataan mendapatkan sesuatu yang bermanfaat setelah menggunakan jasa kesehatan di RSIA Eria Bunda, harga yang ditawarkan oleh RSIA ERIA Bunda sesuai dengan penghasilan, RSIA Eria Bunda memberikan pelayanan yang memuaskan, RSIA Eria Bunda memiliki reputasi yang dapat dipercaya, menggunakan jasa RSIA Eria Bunda dapat meningkatkan kepercayaan diri, Jasa RSIA Eria Bunda sesuai dengan kepribadian yang sehat, RSIA Eria Bunda memiliki kualitas pelayanan yang baik, memperoleh pengetahuan baru tentang kesehatan setelah berkunjung ke RSIA Eria Bunda dan penghasilan cukup untuk berobat ke RSIA Eria Bunda semuanya mendapatkan jawaban positif lebih dari 80%.

Dengan jawaban positif yang tinggi yaitu lebih dari 80% dari setiap pernyataan dapat diketahui bahwa faktor internal konsumen berpengaruh positif terhadap keputusannya memilih pelayan kesehatan pada RSIA Eria Bunda Pekanbaru.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal terdiri dari kelas sosial, kelompk referensi, kebudayaan dan keluarga. Keempat indikator tersebut digunakan sebagai alat ukur untuk mengungkapkan seberapa besar pengaruhnya terhadapat keputusan konsumen dalam menggunakan jasa kesehatan di RSIA Eria Bunda Pekanbaru. Untuk lebih jelas mengenai jawaban responden terhadap 12 pernyataan yang sudah di buat berdasarkan indikator tersebut dapat dilihat dalam table V.5.

Tabel.V.5 Rekapitulasi jawaban responden untuk pernyataan variabel faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa RSIA Eria Bunda Pekanbaru.

NO	Pernyataan	Persentase (%)					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	Keluarga anda yang menyarankan mengunakan jasa kesehatan di RSIA Eria bunda.	14	73	23	0	0	100
2	Keputusan akhir menggunakan jasa layanan kesehatan pada RSIA Eria bunda dipengaruhi oleh keluarga anda.	10	75	15	0	0	100
3	Keluarga terlibat langsung dalam menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda.	14	72	13	1	0	100
4	Anda menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda atas saran tetangga.	3	61	35	1	0	100
5	Teman sejawat anda menyarankan anda menggunakan RSIA Eria Bunda.	8	32	58	8	0	100
6	Anda menggunakan Jasa RSIA Eria bunda karena orang disekitar anda juga berobat ke RSIA Eria Bunda.	15	63	21	1	0	100
7	Menggunakan Jasa RSIA Eria Bunda merupakan kebiasaan keluarga.	10	67	23	0	0	100
8	Menggunakan Jasa RSIA Eria Bunda karena orang lain/ kebanyakan orang sejak lama menggunakannya.	13	65	22	0	0	100
9	Anda sudah lama menggunakan jasa RSIA Eria Bunda.	9	64	26	1	0	100
10	Menggunakan Jasa RSIA Eria Bunda dapat meningkatkan kelas sosial seseorang.	10	56	31	3	0	100
11	RSIA Eria Bunda memiliki citra yang baik di masyarakat.	6	65	27	2	0	100
12	Menurut anda RSIA Eria Bunda merupakan Rumah Sakit terkenal di masyarakat.	7	71	22	0	0	100

Sumber : Data Olahan, 2010

Dari penelitian yang telah dilakukan terhadap konsumen yaitu pasien yang menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda tentang faktor eksternal yang mempengaruhi konsumen disatukan dalam tabel V.5. Jawaban-jawaban responden menunjukkan nilai-nilai positif jika menjawab sangat setuju dan setuju sebaliknya bernilai negatif jika menjawab tidak setuju atau sangat tidak setuju selain.

Dari pernyataan keluarga anda yang menyarankan mengunakan jasa kesehatan di RSIA Eria bunda, keputusan akhir menggunakan jasa layanan kesehatan pada RSIA Eria Bunda dipengaruhi oleh keluarga, keluarga terlibat langsung dalam menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda didapatkan jawaban positif lebih dari 80%. Untuk pernyataan anda menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda atas saran tetangga didapatkan jawaban lebih dari 60%, pernyataan teman sejawat anda menyarankan anda menggunakan RSIA Eria Bunda didapatkan jawaban 40%, dari pernyataan menggunakan jasa RSIA Eria Bunda karena orang disekitar anda juga berobat ke RSIA Eria Bunda didapatkan jawaban lebih dari 70%.

Dari pernyataan menggunakan jasa RSIA Eria Bunda merupakan kebiasaan keluarga, menggunakan jasa RSIA Eria Bunda karena orang lain/ kebanyakan orang sejak lama menggunakannya, RSIA Eria Bunda memiliki citra yang baik di masyarakat, dan pernyataan menurut anda RSIA Eria Bunda merupakan Rumah Sakit terkenal di masyarakat didapatkan jawaban positif lebih dari 60%. Dengan jawaban positif yang tiggi dan jawaban negatif yang rendah dapat diartikan bahwa faktor eksternal juga mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda.

3. Keputusan Konsumen

Keputusan konsumen menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda merupakan keputusan yang nyata dalam arti konsumen dalam penelitian ini menggunakan jasa pelayanan kesehatan di rumah sakit tersebut. Pada variabel keputusan konsumen digunakan lima butir pernyataan sebagai alat ukur atau indikaor yang diharapkan dapat menjelaskan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tebel Tabel.V.6.

Tabel.V.6 Rekapitulasi jawaban responden untuk pernyataan variabel keputusan konsumen.

NO	Pernyataan	Persentase (%)					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	Responden memutuskan untuk menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda karena yakin merupakan keputusan yang tepat	1	66	33	0	0	100
2	Pilihan berobat di RSIA Eria Bunda adalah pilihan yang bijaksana	0	60	40	0	0	100
3	Responden tidak pernah menyesal setelah menggunakan jasa RSIA Eria Bunda.	2	62	35	1	0	100
4	Keluarga tidak pernah keberatan terhadap keputusan responden berobat di RSIA Eria Bunda.	1	54	45	0	0	100
5	Responden akan menyarankan kepada orang disekitarnya anda untuk berobat ke RSIA Eria Bunda.	0	39	60	1	0	100

Sumber : Data Olahan, 2010

Dari penelitian yang telah dilakukan terhadap konsumen yaitu pasien yang menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda didapatkan jawaban yang disatukan dalam tabel V.5. Jawaban-jawaban responden menunjukkan nilai-nilai

positif jika menjawab sangat setuju dan setuju sebaliknya bernilai negatif jika menjawab tidak setuju atau sangat tidak setuju.

Dari pernyataan anda memutuskan untuk menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda karena anda yakin itu merupakan keputusan yang tepat didapatkan jawaban positif lebih dari 60%, untuk pernyataan pilihan anda berobat di RSIA Eria Bunda adalah pilihan yang bijaksana didapatkan jawaban positif 60%, pernyataan anda tidak pernah menyesal setelah menggunakan jasa RSIA Eria Bunda jawaban positifnya lebih dari 60%, untuk pernyataan keluarga anda tidak pernah keberatan terhadap keputusan anda berobat di RSIA Eria Bunda didapatkan jawaban positif lebih dari 50% dan untuk pernyataan anda akan menyarankan kepada orang disekitar anda untuk berobat ke RSIA Eria Bunda didapatkan jawaban 39%.

Dari banyaknya hasil positif untuk pernyataan-peryataan keputusan konsumen jawaban positif yang tinggi yaitu lebih dari 50% kecuali pernyataan untuk pernyataan anda akan menyarankan kepada orang disekitar anda untuk berobat ke RSIA Eria Bunda yang hanya mendapatkan jawaban 39% sehingga dapat diartikan bahwa keputusan konsumen untuk menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda merupakan keputusan yang positif dan juga dapat diartikan konsumen merasa puas setelah merasakan layanan RSIA Eria Bunda.

B. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas data merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihahn suatu instrumen. Instrumen yang valid atau sahih

mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat, tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah Teknik korelasi *product moment* dari pearson. Pengujian menggunakan program SPSS windows versi 16.00 dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing pernyataan dalam skor total. Nilai korelasi (r) di bandingkan dengan angka kritis dalam tabel korelasi, untuk menguji koefisien korelasi ini digunakan taraf signifikansi 5%, dan jika r hitung > r tabel maka pernyataan tersebut valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Uji Reliabilitas ini hanya dilakukan terhadap butir-butir yang valid, dimana butir-butir yang valid diperoleh melalui uji validitas. Teknik yang digunakan untuk uji reliablitas adalah Teknik *Alpha-Cronbach*. Uji reliabilitas instrumen menggunakan pengujian dengan taraf signifikansi 5%, jika r alpha >0,6 maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Penghitungan dengan menggunakan komputer program SPSS versi 16.00.

Hasil uji validitas dan Reliabilitas data dituangkan dalam bentuk tabel berikut ini:

Tabel.V.7 Rekapitulasi Uji Validitas dan Reliabilitas.

NO	r hitung	r tabel	Kriteria	Koefisien Alpha	kriteria
X1				0,802	reliabel
1	0,491	0,197	valid		
2	0,416	0,197	valid		
3	0,382	0,197	valid		
4	0,441	0,197	valid		
5	0,381	0,197	valid		
6	0,326	0,197	valid		
7	0,469	0,197	valid		
8	0,491	0,197	valid		
9	0,371	0,197	valid		
10	0,490	0,197	valid		
11	0,434	0,197	valid		
12	0,423	0,197	valid		
13	0,418	0,197	valid		
14	0,379	0,197	valid		
X2				0,789	reliabel
1	0,342	0,197	valid		
2	0,335	0,197	valid		
3	0,342	0,197	valid		
4	0,427	0,197	valid		
5	0,379	0,197	valid		
6	0,395	0,197	valid		
7	0,484	0,197	valid		
8	0,584	0,197	valid		
9	0,466	0,197	valid		
10	0,583	0,197	valid		
11	0,527	0,197	valid		
12	0,270	0,197	valid		
Y				0,610	reliabel
1	0,386	0,197	valid		
2	0,362	0,197	valid		
3	0,350	0,197	valid		
4	0,344	0,197	valid		
5	0,379	0,197	valid		

Sumber : Data Olahan, 2010

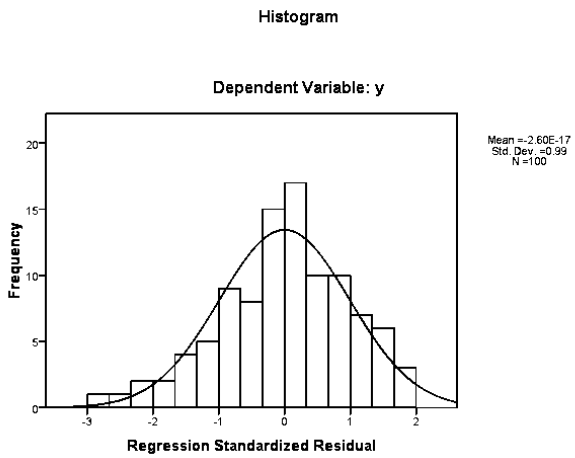
Setelah dilakukan uji reliabilitas terhadap semua item pernyataan dapat diketahui bahwa semua nilai koefisien alpha variabel tersebut reliabel, karena memiliki nilai koefisien alpha diatas 0,60. Hasil uji validitas menunjukkan nilai korelasi semua item pernyataan tersebut lebih besar dari r tabel dan memenuhi syarat untuk valid.

C. Uji Asumsi Klasik

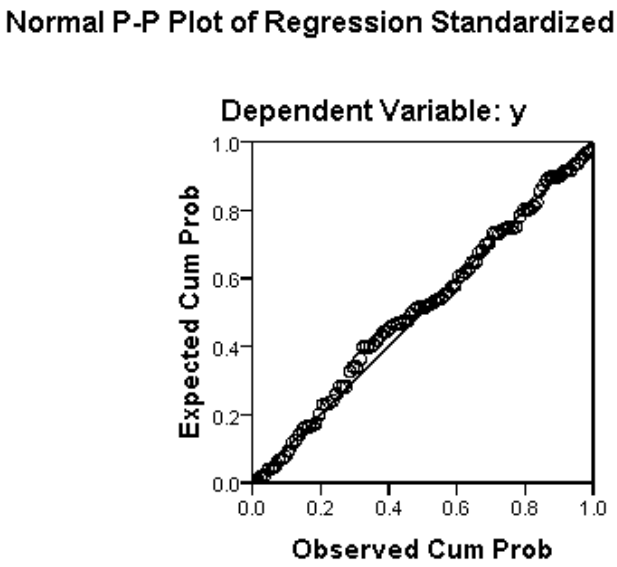
1. Uji Normalitas Data

Asumsi normalitas dapat diketahui dengan berbagai cara. Baik melalui pengujian statistik seperti Chi Square, Kolmogorov-Smirnov maupun Shapiro Wilk, berikut ini, pengujian normalitas dilakukan dengan histogram dan Plot Normal. Selain itu dengan menggunakan rasio skewnes dan rasio kurtosis. Rasio skewness dan rasio kurtosis dapat dijadikan petunjuk apakah suatu data berdistr1busi normal atau tidak. Rasio skewness adalah nilai skewness dibagi dengan standar error skewness sedangkan rasio kurtosis nilai kurtosis dibagi standar error kurtosis. Sebagai pedoman bila kedua rasio tersebut berada diantara -2 hingga +2, maka distribusi data adalah normal.

Gambar. V.1 Output Histogram Normalitas



Gambar. V.2 P-P Plot Normaitas



Berdasarkan output histogram di atas, terlihat bahwa sebaran data yang ada menyebar merata ke semua daerah kurva normal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data yang kita miliki mempunyai distribusi normal. Demikian juga dengan normal P-P Plot memperlihatkan hasil yang sama.

Tabel. V.8. Rasio skewness dan rasio kurtosis

Descriptive Statistics

	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	-.358	.241	-.026	.478
Valid N (listwise)				

Sumber: Hasil oleh data 2010

Terlihat bahwa rasio skewness= -0,358/0,241 = -1,485; sedang rasio kurtosis = -0,026/ 0,478 = 0,054. Karena rasio skewness dan rasio kurtosis berada diantara -2 hingga +2, maka dapat disimpulkan bahwa distribusi data adalah normal.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah satu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linier suatu distribusi data penelitian. Hubungan yang bersifat linier antara variabel bebas dengan variable terikat merupakan persyaratan mutlak dalam penerapan analisis regresi. Hal ini disebabkan hakekat regresi yang signifikan menunjukkan adanya hubungan linier antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Dalam penelitian ini uji linieritas digunakan untuk menguji linieritas hubungan antara faktor internal (X1) terhadap keputusan konsumen (Y) dan faktor eksternal (X2) terhadap keputusan konsumen (Y). Uji linieritas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 16.0. Kriteria suatu hubungan yang bersifat linier jika koefisien probabilitas untuk *Deviation from Linier* P > 0,05.

Hasil uji linieritas untuk masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat, dipaparkan dalam Tabel V.10 dan Tebel V.11 berikut.

Tabel. V.9. Linieritas X1

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * x1	Between Groups	(Combined)	110.371	18	6.132	3.681	.000
		Linearity	95.844	1	95.844	57.533	.000
		Deviation from Linearity	14.527	17	.855	**.513**	.939
	Within Groups		134.939	81	1.666		
	Total		245.310	99			

Sumber: Hasil oleh data 2010

Tabel. V.10. Linieritas X2

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * x2	Between Groups	(Combined)	123.486	18	6.860	4.561	.000
		Linearity	103.536	1	103.536	68.841	.000
		Deviation from Linearity	19.950	17	1.174	**.780**	.710
	Within Groups		121.824	81	1.504		
	Total		245.310	99			

Sumber: Hasil oleh data 2010

Hasil uji linieritas variabel faktor internal (X1) terhadap variabel keputusan konsumen (Y) adalah linier dengan probabilitas Deviation from Linearity 0,513 > 0,05. Uji Linieritas antara variabel faktor eksternal (X2) terhadap keputusan konsumen (Y) diperoleh probabilitas 0,780 > 0,05, maka ini menunjukkan bahwa hubungan variable faktor ekternal (X2) terhadap variable keputusan konsumen (Y) adalah linier.

3. Uji Heterokedastisitas

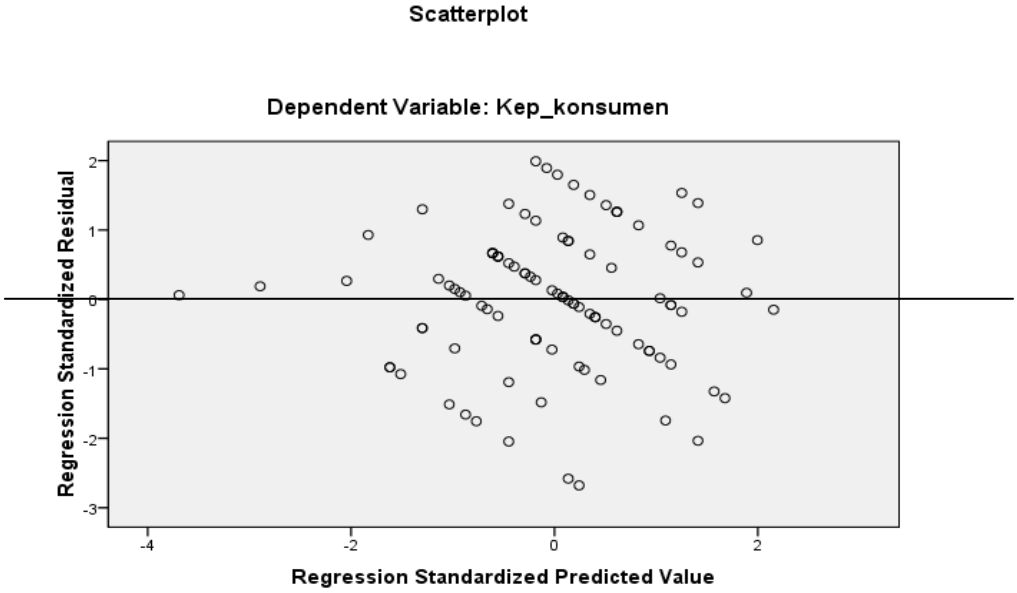
Pengujian Heterokedastisitas dalam model regresi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau tidak terjadi Heterokedastisitas. Kebanyakan data cross section mengandung situasi Heterokedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar).

Untuk membuktikan ada tidaknya gangguan Heterokesatisitas jika scaterplot membentuk pola tertentu maka regresi mengalami gangguan

Heterokedastisitas. Sebaliknya jika scaterplot tidak membentuk pola tertentu (menyebar) maka regresi tidak mengalami gangguan Heterokedastisitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar V.3 : Grafik Scatterplot



Pada gambar di atas tidak terlihat pola yang jelas karena titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat dikatakan bahwa pada model regresi ini tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Uji Multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation faktor (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Apabila nilai tolerance value lebih tinggi daripada 0,10 atau VIF lebih kecil daripada 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel. V.11. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X1	.407	2.460
X2	.407	2.460

Sumber: Hasil oleh data 2010

Hasil uji multikolinearitas pada pada tabel di atas diketahui bahwa hasil tolerance pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,1 sedangkan nilai Varians Inflation Faktor (VIF) lebih kecil dari 10. Sehingga model regresi dalam penelitian ini tidak ada masalah multikolinearitas.

D. Analisis data

1. Analisis Regresi Linier berganda.

Analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan bantuan software statistik SPSS windows 16.0 diperoleh hasil perhitungan yang tampak pada Tabel.V.12.

Tabel.V.12 Koefisien Regresi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.538	1.612		2.195	.031
	Internal	.114	.043	.306	2.620	.010
	Eksternal	.170	.048	.414	3.535	.001

a. Dependent Variable: Kep_konsumen

R = 0. 678, R_2 = 0.460, Fhitung = 41.356

P = 0,000, F-Tabel = 3,09019

T-Tabel = 1,98447

Sumber: Hasil oleh data 2010

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan SPSS 16 diketahui bahwa terdapat hubungan antara variable keputusan konsumen (Y) dengan variable faktor internal (X_1), faktor eksternal, persamaannya yaitu:

Y = 3,538 + 0,114X1 + 0,170X2

1. Konstanta memiliki nilai sebesar 3,538 menyatakan bahwa jika variabel independent yaitu faktor internal dan faktor eksternal tidak ada maka keputusan konsumen untuk menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda telah ada sebesar 3,538 satuan.
2. Hasil koefisien regresi X1 sebesar 0,114 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan pada faktor internal dan variable yang lain dianggap konstan maka akan meningkatkan keputusan konsumen menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda sebesar 0,114.

3. Hasil koefisien regresi X2 sebesar 0,170 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan pada faktor eksternal dan variable yang lain dianggap konstan maka akan meningkatkan keputusan konsumen menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda sebesar 0,170.

2. Hasil Pengujian Hipotesis

a. Hasil Uji Simultan

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independent yaitu faktor internal dan faktor eksternal mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda. Untuk membuktikan hipotesis penelitian apakah semua variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh variabel terikat dilakukan uji statistik F yaitu dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel}.

Ho: F-hitung < F-tabel berarti faktor internal dan faktor eksternal secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa kesehatan di RSIA Eria Bunda.

Hi : F-hitung > F-tabel berarti faktor internal dan faktor eksternal secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa kesehatan di RSIA Eria Bunda.

Dari hasil perhitungan diperoleh F-hitung sebesar 41.356 sedangkan F-tabel dengan taraf signifikan sebesar 5% adalah sebagai berikut:

F-tabel = (k -1) ; (n - k)

= (3 -1) ; (100 - 3)

= 2 ; 97

= 3,09019

Tabel V.13 Anova

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	112.903	2	56.451	41.356	.000[a]
	Residual	132.407	97	1.365		
	Total	245.310	99			

a. Predictors: (Constant), Eksternal, Internal

b. Dependent Variable: Kep_konsumen

Sumber: Hasil oleh data 2010

Berdasarkan hasil perhitungan pada pengujian F dengan tingkat signifikansi 5%, diketahui nilai F-hitung > F-tabel = (41.356 > 3,09019). Hal ini berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Jadi hipotesis yang menduga bahwa faktor internal dan faktor eksternal secara simultan mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda Pekanbaru dapat diterima.

b. Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel indepedent terhadap variabel depedent secara individual. Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t Tabel pada taraf signifikan sebesar 5%.

Ho: t-hitung < t-tabel berarti tidak terdapat pengaruh antara variable indepedent dengan variable dependent.

Ha : t-hitung > t-tabel berarti terdapat pengaruh antara variable indepedent dengan variable dependent.

t Tabel = a/2 ; n-2

= 0,05/2 ; 100-2

= 0,025 ; 98

= **1,98447**

Dari pengujian menggunakan SPSS didapatkan t hitung sebesar X1= 2,620, dan X2= 3,535 masing-masing t hitung setiap variable > 1,98447. Jadi pengujian hipotesis Ho ditolak dan Hi diterima. Berarti bahwa faktor internal dan faktor eksternal secara parsial mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda Pekanbaru. \

c. Koefisien Determinasi

Dalam analisis regresi ini, dianalis pula besarnya koefisien determinasi (R^2) secara simultan adalah sebesar 0.460, hal ini berarti bahwa persentase faktor internal dan faktor eksternal dalam memperngaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda sebesar 46% sedangkan sisanya sebesar 54 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini

Nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0.678 berarti hubungan keeratan secara bersama-sama antara variabel dependen dan variabel independen cukup kuat karena R lebih besar dari 0,5.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh faktor internal yang meliputi (motivasi, persepsi, gaya hidup, kepribadian, kepercayaan dan sikap, proses belajar, pekerjaan dan keadaan ekonomi) dan faktor eksternal yang meliputi (kelas sosial, kelompok referensi, kebudayaan dan keluarga) terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda Pekanbaru, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang cukup signifikan antara faktor internal konsumen dan faktor eksternal terhadap keputusan penggunaan jasa pada RSIA Eria Bunda Pekanbaru.
2. Pengaruh secara simultan variabel faktor internal dan faktor eksternal ditunjukan dengan nilai R^2 = 46%, dan sisanya 54% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti harga, pelayanan, promosi dan variable lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
3. Pengaruh secara parsial faktor internal (X_1) sebesar 11,4% mempengaruhi keputusan konsumen, faktor eksternal (X_2) sebesar 17% mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda.
4. Dengan demikian pengaruh faktor eksternal lebih tinggi daripada faktor internal dalam mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa kesehatan pada RSIA Eria Bunda Pekanbaru.

VI.2 Saran

Saran yang dapat diajukan berdasarkan kesimpulan di atas adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pihak RSIA Eria Bunda Pekanbaru hendaknya mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Rumah sakitnya seperti faktor internal konsumen faktor eksternal dan meningkatkan kualitas pelayanannya kepada konsumen sehingga dengan kualitas pelayanan yang lebih baik maka para pasien di rumah sakit akan selalu setia dalam menggunakan jasa rumah sakit tersebut. Sehingga konsumen loyal dan secara tidak sadar akan mempengaruhi keluarga, kerabat dan rekan sejawat untuk menggunakan jasa RSIA Eria Bunda Pekanbaru.
2. Bagi pasien dan keluarga pasien hendaknya selalu memberikan kritik dan saran berkaitan dengan pelayanan pihak RSIA Eria Bunda jika pelayanan yang diberikan kurang memuaskan agar dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan kepada pasien.
3. Rekomendasi untuk peneliti berikutnya adalah agar mengkaji variabel lain di luar model penelitian ini, misalnya kualitas pelayanan, biaya rumah sakit, dan kualitas kamar rumah sakit atau fasilitas rumah sakit.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. 2000. Manajemen Pemasaran dan pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

Algifari. 2000..Analisis Regresi: Teori Kasus dan solusi. Yogyakarta: BPFE.

Arikunto, Suharsimi. 2002. Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek.

Dewi Lukasyanti. 2006. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada Rumah Sakit Umum Daerah Kraton Kabupaten Pekalongan*. Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang.

Engel, F.J., Blackwell, R.D., dan Miniard, P.W. 2000. Perilaku Konsumen.. Terjemahan. Jakarta : Binarupa Aksara.

Ghozali, I. (2005). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

J. Paul Peter, Jerry C Olson, *Consumer Behavior*, Terjemahan Damos sihombing, 2004, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2003. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, implementasi, dan pengendalian Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo.

_____, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, implementasi, dan pengendalian. Jakarta: Salemba Empat.

_____, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran Edisi Millenium 2 Terjemahan Hendra Teguh dkk. Jakarta: Prenhallindo.

Nawang Afiana. 2006. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Jasa (studi kasus super m fitness centre jakarta timur).* Departemen ManajemenFakultas Ekonomi dan ManajemenInstitut Pertanian Bogor.

Swasta, Basu dan T Hani Handoko. 2000. Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE.

_____, Basu dan Irawan. 2003. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.

Setiadi, Nugroho J. 2005. Perilaku Konumen. Jakarta: Kencana

_____, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasinya Untuk Strategi dan Pemasaran,* Prenada Media: Jakarta.

Schiffman, Leon, G, Kanuk, & Leslie, L. 2004. Consumer Behavior (8th edition). New Jersey: Petrice Hall.

Sugiyono. 2004. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2005, *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta: Bandung.

Sumarwan, Ujang, 2002. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Penerbit Ghalia Indonesia: Bandung.

Tjiptono, Fandy. 2000. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2000. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, Husein. 2003, Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Usman dan Setiady. 2000. Metodologi Penelitian Sosial. Jakarta: Bumi Aksara.

Wilkie, William L., 2000, Consumer Behavior, Third Edition, John Wiley and Sons Inc: New York.