

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada masa perkembangan zaman sekarang ini semakin banyak perusahaan yang baru berdiri di berbagai bidang dan persaingan antar perusahaan dalam mencapai tujuannya juga semakin ketat. Bagi perusahaan di bidang jasa memberikan pelayanan yang terbaik dan mengadakan fasilitas yang memadai merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan. Keunggulan dalam penyediaan fasilitas merupakan hal yang paling penting karena akan mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya dengan mendapat kepuasan konsumen yang menggunakan jasa dari perusahaan tersebut.¹

Pada umumnya, berbagai macam perilaku masyarakat ditandai dengan adanya kualitas pemberian pelayanan jasa dari pihak rumah sakit, hal ini menjadi bagian utama dan sangat diprioritaskan. Dalam memberikan skala prioritas dalam hal memberikan kepuasan sebuah Rumah Sakit dituntut dapat merancang suatu program yang tepat, maka dari itu keberadaan Rumah Sakit tidak boleh mengabaikan beberapa pendapat serta masukan yang masuk dari berbagai kalangan terutama dari pasien.

Demi menunjang kelancaran program atau perancangan yang disusun demi mencapai tujuan rumah sakit perlu memperhatikan Keberadaan dari pasien, karena hal tersebut sangat memberikan pengaruh yang signifikan,

¹ Florensus Plureklolong, Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen, Skripsi Universitas Shanata Dharma Yogyakarta, 2017

adapun berkaitan dengan hal tersebut yaitu dalam hal mendapat laba dengan jasa. Dari pemaparan tersebut menjadikan sebuah rumah sakit dituntut agar dapat mengetahui dan mengerti dari adanya kemunculan faktor-faktor yang mempengaruhi pasien dalam mengambil keputusan mendapat jasa dengan bauran pemasaran.²

Adapun sebagai bentuk layanan rumah sakit yang diberikan salah satu yang menjadi prioritas penting bagi masyarakat adalah tentang keberadaan layanan kesehatan, karena pada umumnya setiap individu menginginkan memiliki kondisi tubuh yang sehat dan prima agar dapat melakukan beberapa aktivitas dengan lancar tanpa adanya halangan apapun terutama aktivitas yang dapat terganggu karena disebabkan permasalahan kesehatan yang dialami. Sebagai dasar pelengkap hal tersebut diperlukan sebuah ketersediaan bentuk layanan kesehatan yang sangat optimal dan beberapa bentuk jaminan dalam hal menjaga tingkat kepercayaan agar masyarakat sebagai penerima layanan mendapatkan hasil yang memuaskan. Misalnya dalam hal keberadaan rumah sakit atau klinik sebagai penyedia layanan kesehatan dan sebagai tempat yang sering didatangi para pasien ketika sedang sakit atau sekedar memeriksa diri dan membutuhkan pelayanan kesehatan. Dari adanya rumah sakit atau klinik tersebut dapat menarik dan meningkatkan kepercayaan masyarakat, karena pada dasarnya masyarakat akan memilih dan memberikan kepercayaan pada rumah sakit yang memberikan pelayanan memuaskan dan dengan hasil yang optimal.

² Rifqi Kafa, *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Pasien dalam Memilih Jasa Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Kotagede*, Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013h.2

Rumah sakit adalah sebuah bangunan atau gedung yang didikan oleh pihak pemerintah atau swasta yang bertujuan sebagai tempat penyedia berbagai pelayanan kesehatan dan memberikan berbagai bentuk pelayanan jasa dalam hal kesehatan masyarakat.³ Sebagai bentuk upaya yang telah dilakukan Rumah sakit dalam memberikan pelayanan yaitu terdapat berbagai macam, antara lain memberi fasilitas pelayanan inap, rawat jalan, dan rawat darurat sehingga upaya pelayanan kesehatan dengan mengutamakan penyembuhan dan pemulihan.

Sedangkan pengertian dari Tenaga kesehatannya adalah setiap individu yang mempunyai kemampuan dan ketrampilan melalui pendidikan dalam bidang kesehatan dan dengan sukarela telah mengabdikan diri dalam bidang kesehatan tersebut dan dengan segala kewenangan untuk dapat melakukan berbagai upaya kesehatan.⁴

Di Kabupaten Kediri memiliki banyak rumah sakit yang memadai, rumah sakit dan klinik tersebut didukung dengan teknologi yang mengoptimalkan untuk kesembuhan pasiennya. Di kabupaten Kediri terdiri dari 26 kecamatan dan terbagi menjadi empat bagian dengan sebagai batas tengah atau sebagai pusatnya yaitu Monumen Simpang Lima Gumul. Rumah sakit dan klinik tersebut didukung dengan teknologi yang mengoptimalkan untuk kesembuhan pasiennya, berikut daftar rumah sakit di wilayah Kabupaten Kediri:

³ <http://kbbi.web.id/rumahsakit>, di akses pada tanggal 05 Mei 2019 pukul 21:34.

⁴ Aespesoft.com/hal-hal-tentang-klinik-mengenai-jenis-persyaratan-sarana-prasarana-dan-lainnya/ diakses pada tanggal senin 17-02-2020 pukul 08.50

Tabel 1.1
Jumlah Rumah Sakit Se-kabupaten Kediri
Tahun 2019

Wilayah	Jumlah Rumah Sakit
Kabupaten Kediri bagian Utara	1
Kabupaten Kediri bagian Timur	6
Kabupaten Kediri bagian Barat	1
Kabupaten Kediri bagian Selatan	2

Sumber : Data Dinas Kesehatan Kabupaten Kediri Tahun 2019⁵

Dari tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa Kabupaten Kediri bagian utara terdapat 1 rumah sakit dan 5 klinik, sedangkan pada kabupaten Kediri bagian Timur ada 6 rumah sakit dan 16 klinik, sedangkan bagian barat ada 1 rumah sakit dan 6 klinik dan di bagian selatan ada 2 rumah sakit dan 10 klinik. Kemudian peneliti memilih Kabupaten Kediri Bagian Timur karena disamping lebih padat penduduk, juga bisa saling bersaing antara rumah sakit lain sehingga pelayanannya cukup lengkap dan baik.

Sebagai tolok ukur keberhasilan sebuah rumah sakit dalam mencapai tujuan serta fungsinya diperkukan sebuah strategi pemasaran yang sangat efektif, hal tersebut karena dengan mengoptimalkan bentuk pelayanan kesehatan melalui strategi yang tepat maka segala hal yang diharapkan akan dapat berjalan dengan lancar dan sesuai harapan. Salah satu bentuk strategi yang dapat diterapkan yaitu dengan pemilihan dan penerapan strategi bauran pemasaran yang terdapat berbagai macam tahapan yang dibutuhkan guna untuk dapat mencapai target sasaran pasar yang dituju. Dari adanya Strategi pemasaran dapat memberikan pengaruh bagi para

⁵ www.dinkes.kedirikab.go.id/?hal=dppip&id=9,diakses pada tanggal 10-05-2019 pukul 19.55

konsumen serta terdapat kemunculan beberapa tanggapan tertentu.⁶ Rangsangan untuk pembelian produk terdiri dari bauran pemasaran 4P untuk produk fisik dan 7P untuk produk jasa. Menurut Zeithaml dan Bitner yang terdapat dalam Ratih Hurriyati mengemukakan bahwa bauran pemasaran jasa terdiri dari 7P yaitu, orang (*people*), produk (*product*), proses (*processes*), harga (*price*), promosi (*promotion*), lokasi (*place*), dan bukti fisik (*physical evidence*).⁷

Bauran pemasaran 4P pertama yaitu produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*). Produk (*product*) adalah suatu komponen kinerja atau suatu barang yang dihasilkan terkadang keberadaannya tidak terlihat dan cepat menghilang tetapi, keberadaan serta kemanfaatannya lebih dapat dirasakan daripada dimiliki.⁸ Harga (*price*) adalah Patokan atau tolok ukur tentang jumlah dana yang harus dikeluarkan dan penentuan harga menjadi sesuatu yang sangat kritis karena dengan harga dapat menentukan pendapatan dari suatu usaha/bisnis. Dalam penentuan sebuah keputusan suatu harga menjadi sebuah patokan didalam penentuan nilai atau pemberian nilai manfaat yang dapat diberikan kepada pelanggan dan memainkan peran dalam memberikan kualitas yang optimal. Lokasi (*place*) tempat pelayanan jasa.⁹ Promosi (*promotion*) adalah suatu tindakan yang memiliki dasar serta tujuan yang jelas sebagai bentuk

⁶ Azka H, Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa kesehatan pada rumah sakit Jiwa Tampan Pekanbaru, Skripsi UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM Riau Pekanbaru 2012

⁷ Ratih Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen(Bandung, Alfabeta, 2015), 71

⁸ *Ibid*,48

⁹ *Ibid* 55

pengembangan strategi pemasaran dengan melakukan berbagai cara seperti halnya membujuk, menginformasikan, dan mempengaruhi para pelanggan agar sasaran dan target dapat dicapai dalam hal meningkatkan pembauran pemasarannya.¹⁰

Selanjutnya, bauran pemasaran 3P lainnya yaitu orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*) dan proses (*prosses*). Orang (*people*) semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa.¹¹ Bukti fisik (*physical evidence*) adalah suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan.¹² Proses (*prosses*) adalah semua prosedur actual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa.¹³

Dari penjelasan di atas peneliti melakukan observasi pada tanggal 20 Oktober 2019 mengenai alasan pasien memilih tempat berobat di RSM Siti Khodijah berdasarkan rangsangan bauran pemasaran 7P menurut Zeithaml dan Bitner sebagai berikut:

Tabel 1.2
Perbedaan antara RSM Siti Khodijah, RS Amelia dan RS HVA
Toeloengrejo Pare

No	Rancangan Bauran Pemasaran 7 P	RSM Siti Khodijah	RS Amelia	RS HVA

¹⁰ *Ibid* 58

¹¹ *Ibid* 62

¹² *Ibid* 64

¹³ *Ibid* 64

1	Produk	<ul style="list-style-type: none"> a. Poli Spesialis(syaraf, Mata,Anak, Mata, Bedah Umum, orthopedi, syaraf, penyakit dalam) b. Poli (umum,Gisi) c. Laboratorium d. Unit Bedah Sentral e. Kandungan f. Kamar operasi g. Fisioterapi h. Home care i. Unit Farmasi j. Unit Radiologi k. Gizi 	<ul style="list-style-type: none"> a. Spesialis Anak b. Kandungan c. USG d. Penyakit dalam e. Poli (Umum, Paru, Mata, Syaraf) f. Bedah (umum, urologi) g. Kesehatan jiwa 	<ul style="list-style-type: none"> a. ESWT b. Poli (umum, gigi dan spesialis) c. Farmasi d. Radiologi e. Faskes rujukan f. PCR / SWAB g. Gizi h. Medical checkup i. Kamar operasi j. Laboratorium
2.	Harga	BPJS / umum 90.000-200.000 (tergantung analisa penyakit)	BPJS/ umum 150.000-500.000 (tergantung analisa penyakit)	BPJS/ umum 180.000-1.000.000 (tergantung analisa penyakit)
3.	Lokasi	Jl. Dr Soetomo 322 sukorejo Kec. Gurah	Jl. Pahlawan Kusuma Bangsa,Puhrejo,Tulungrejo, Kec.Pare 64212	Jl. A. Yani 25 Pare, Kediri 64211
4.	Promosi	Spanduk,Radio, website, Social Media (Facebook dan Instagram)	Website,Facebook, Ig	Website,Facebook,Ig
5.	Orang/S DM	<ul style="list-style-type: none"> a. Dokter (Poli,bedah,spesialis) b. Perawat c. Security d. Petugas parkir e. Petugas kebersihan 	<ul style="list-style-type: none"> a. Dokter(Poli,Bedah, Spesialis) b. Perawat c. Petugas kebersihan d. Security e. Petugas parkir 	<ul style="list-style-type: none"> a. Dokter (Poli,Bedah, Spesialis) b. Perawat c. Security d. Petugas Kebersihan
6.	Proses	Datang langsung ke rumah sakit lalu ke pusat informasi untuk menanyakan prosedur pendaftaran setelah itu akan dimintai untuk pengisian formulir dan menunggu nomor antrian setelah tensi selanjutnya mengikuti arahan dari informasi,selesai	Pasien datang dan mengambil nomor antrian lalu akan ditensi terlebih dahulu,setelah itu menunggu giliran diperiksa,setelah diperiksa pasien diberi obat selanjutnya pasien langsung membayar ke dokter,selesai	Pasien datang dan mengambil nomor antrian lalu akan ditensi terlebih dahulu,setelah itu menunggu giliran diperiksa,setelah diperiksa pasien diberi obat selanjutnya pasien langsung membayar ke dokter,selesai

7.	Bukti Fisik	<ul style="list-style-type: none"> a. Tempat parkir b. Ruang tunggu c. Televisi d. Kamar mandi e. Mushola f. Kantin g. Ruang rawat inap ada 78 h. UGD 24 jam i. Ambulance 	<ul style="list-style-type: none"> a. Tempat parkir b. Ruang tunggu c. Ruang Inap 118 bersalin d. Ruang operasi e. Nicu, hcu f. Televisi g. Kamar bayi h. Kamar mandi i. Mushola j. kantin k. IGD 24 Jam l. Ambulance 	<ul style="list-style-type: none"> a. Tempat parkir b. Ruang tunggu c. Ruang inap 158 d. Ruang operasi e. Kamar bayi f. Kamar jenazah g. Nicu,Hcu h. Kamar bayi i. Mushola j. Kamar mandi k. Mushola l. Kantin m. IGD 24 Jam n. Ambulance
----	-------------	--	---	---

Sumber : Hasil Observasi (2019)¹⁴

Berdasarkan tabel perbandingan di atas dapat diketahui bahwa ada beberapa produk antara RSM Siti Khodijah, RS HVA dan RS Ameelia kemudian peneliti memilih fokus melakukan pada Poli Umum dan menyebar angket kecil di poli tersebut. Karena berdasarkan observasi Poli Umum RSM Siti Khodijah lebih banyak pasien dibandingkan dengan Rumah Sakit lain. Dari segi harga di poli umum RSM Siti Khodijah juga jauh lebih terjangkau dibandingkan dengan RS. Amelia dan RS. HVA.

Selain ter dapat perbedaan dibawah ini juga terdapat perbedaan grade masing-masing rumah sakit sebagai berikut:

- a. Rumah Sakit Siti Khodijah dengan grade atau Akreditasi tingkat dasar dengan nomer : KARS – SERT/249/I/2012 sebagai Rumah Sakit Umum Type D berdasarkan KEPUTUSAN MENTERI KESEHATAN RI NO : HK.03.05/I/1299/12.

¹⁴ Hasil Observasi di RSM Siti Khodijah, RS.HVA, RS. Amelia pada tanggal 20 desember 2019

- b. Rumah Sakit Amelia dengan grade atau Akreditasi Rumah Sakit Type C PARIPURNA versi SNARS Ed. 1 pada agustus 2019.
- c. Rumah Sakit HVA dengan grade Akreditasi Rumah Sakit Type D, sejak 02/11/2012 dengan Nomor Surat Ijin 188.45/524.418.32/2012 dan tanggal 02/12/2012 surat ijin BUPATI KEDIRI dengan sifat tetap, berlaku sampai 5 tahun.

Sebagai upaya untuk menunjang kegiatan promosi pihak penyelenggara pasar berusaha melakukan intraksi dan komunikasi dengan baik, tujuannya sebagai jalan untuk lebih menginformasikan dan memberitahukan tentang kebutuhan dan proposi yang ditawarkan oleh perusahaan mereka. Sebagai salah satu cara meningkatkan performa unggul yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan memelihara hubungan baik dan menjalin kepercayaan terhadap masyarakat atau calon pelanggan berbagai upaya komunikasi dilakukan, sebab melalui komunikasi dapat berfungsi sebagai sarana untuk memelihara kontak dan hubungan baik, baik hubungan lama atau hubungan baru yang akan dijalin.

Salah satu syarat yang dipenuhi oleh rumah sakit dalam meningkatkan skala prioritas yang berdasarkan kebijakan dan ketentuan berlaku yaitu maka Rumah Sakit yang beridentitas agama Islam membutuhkan dan merekrut tenaga medis yang beragama Islam. Hal tersebut dimaksudkan agar Rumah Sakit yang berlatar belakang Islam seperti halnya RSM Siti

Khodijah dapat menampilkan gaya Islami.¹⁵ Adapun mengenai fasilitas yang berkaitan dengan Sarana dan fasilitas dari RSM Siti Khodijah tersedia antara lain seperti unit rawat inap, unit perawatan, unit rawat jalan, general chek up, penunjang medis, dan lain sebagainya. Dari beberapa hal tersebut didasarkan pada tujuan umum agar dapat memberikan manfaat untuk kemaslahatan umat.

RSM Siti Khodijah merupakan salah satu penyedia jasa layanan kesehatan yang berada di lokasi Jl. Dr. Sutomo No.322, Sukorejo, Gurah, Kediri, Jawa Timur 64181. RSM Siti Khodijah membuka pelayanan kesehatan selama 24 jam atau dokter jaga di RSM Siti Khodijah selalu siap di rumah sakit bila dibutuhkan oleh pasien yang membutuhkan pertolongan medis. RSM Siti Khodijah juga memberikan pelayanan kesehatan dengan memakai dokter dan tenaga perawat yang profesional beserta karyawan yang ahli dalam bidangnya.¹⁶

Dari penjelasan di atas peneliti melakukan observasi pada tanggal 05 November 2019 di RSM Siti Khodijah dan peneliti memperoleh data alasan pasien berobat di RSM Siti Khodijah berdasarkan rangsangan bauran pemasaran 7P menurut Zeithaml dan Bitner sebagai berikut:

¹⁵ Christopher Lovelock. *Pemasaran Jasa-Perspektif Indonesia Jilid 1*, Jakarta: Erlangga, 2010, h. 192-193.

¹⁶ Rsmsitikhodijahgurah.co.id/index.php diakses pada tanggal 16-07-2019 pukul 09.00

Tabel 1.3
Alasan pengunjung memilih RSM Siti Khodijah Gurah Kediri

Variabel	Responden
Produk	18
Harga	7
Promosi	1
Orang/SDM	2
Lokasi	3
Proses	0
Bukti Fisik	4
TOTAL	35

Sumber : Hasil Observasi di RSM Siti Khodijah.

Dari tabel tersebut, diketahui bahwa dari 35 responden terdapat 18 responden memilih produk, 7 responden memilih harga, 2 memilih orang/SDM, 3 memilih lokasi, 1 memilih proses dan 4 memilih bukti fisik. Sehingga dapat diketahui alasan pasien memilih berobat ke RS Muhamadiyah Siti Khodijah adalah produk dan harga. Oleh karena itu peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pemilihan Rumah Sakit (Studi Pada Poli Umum RSM Siti Khodijah Gurah Kediri)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana produk pada RSM Siti Khodijah Gurah Kediri ?
2. Bagaimana harga pada RSM siti Khodijah Gurah Kediri?
3. Bagaimana keputusan pemilihan Rumah Sakit di RSM Siti Khodijah?

4. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan pemilihan tempat berobat di RSM Siti Khodijah ?
5. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pemilihan Rumah Sakit di RSM Siti Khodijah?
6. Bagaimana pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pemilihan Rumah Sakit di RSM Siti Khodijah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui produk pada RSM Siti Khodijah.
2. Untuk mengetahui harga pada RSM Siti Khodijah .
3. Untuk mengetahui keputusan pemilihan Rumah Sakit di RSM Siti Khodijah
4. Untuk mengetahui pengaruh produk (*product*) terhadap keputusan pemilihan tempat berobat di RSM Siti Khodijah.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga (*price*) terhadap keputusan pemilihan Rumah Sakit di RSM Siti Khodijah.
6. Untuk mengetahui keputusan pemilihan Rumah Sakit di RSM Siti Khodijah.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan diatas, adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan ilmu pengetahuan dalam bidang bauran pemasaran jasa.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar dan perumusan untuk dapat memberikan masukan bagi manajemen pihak Rumah Sakit untuk mengembangkan, merancang dan menentukan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan target yang ingin di capai.

E. Hipotesis Penelitian

Dari kerangka pemikiran di atas dapat dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut :

1. H_{01} : Tidak ada pengaruh produk terhadap keputusan pemilihan Rumah Sakit RSM Siti Khodijah.
 H_{a1} : Terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pemilihan Rumah Sakit RSM Siti Khodijah.
2. H_{02} : Tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan pemilihan Rumah Sakit RSM Siti Khodijah.
 H_{a2} : Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pemilihan Rumah Sakit RSM Siti Khodijah.
3. H_{03} : Tidak terdapat pengaruh produk dan harga terhadap keputusan Rumah Sakit berobat RSM Siti Khodijah.
 H_{a3} : Terdapat pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pemilihan Rumah Sakit RSM Siti Khodijah.

F. Penelitian Terdahulu

Hasil peneliitan terdahulu yang relevan dalam menunjang penelitian ini adalah :

1. Penelitian skripsi yang ditulis oleh Azka H yang berjudul “pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pasien berobat di Rumah Sakit Roemani Muhammadiyah Semarang”¹⁷

Pada penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif, adapun uraian tentang metode serta hal-hal yang dibahas dalam penelitian ini meliputi: jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran serta teknik analisis data. Dengan jumlah populasi diambil dari jumlah pasien rawat inap dengan jumlah pasien sebanyak 1078.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada salah satu variabelnya yaitu sama-sama membahas tentang keputusan Perbedaan lainnya juga terdapat pada variabel peneliti sekarang menggunakan variabel bebas yaitu “produk dan harga” sedangkan ang terdahulu menggunakan variabel bauran pemasaran (marketing mix). Selain itu objek penelitian juga berbeda peneliti terdahulu menggunakan objek ada di RSM Roemani sekarang sedangkan peneliti sekarang menggunakan objek di RSM Siti Khodijah Gurah Kediri.

¹⁷ Azka H”pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pasien berobat di Rumah sakit Roemani Muhamadiyah Semarang” (skripsi), (Semarang:Universitas Negeri Semarang 2006)

2. Penelitian skripsi yang ditulis oleh Dewi Lukasyanti dengan judul “ pengaruh kualitas pelayanan dalam menggunakan jasa pada rumah sakit umum daerah keraton Kabupaten Pekalongan.”¹⁸

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Adapun mengenai perumusan dan pembahasan dalam penelitian ini meliputi: populasi penelitian, sampel penelitian, variabel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, pengujian alat pengumpul data, metode analisis data dan pengujian hipotesis. Dengan jumlah populasi diambil dari jumlah pasien rawat inap dengan jumlah pasien sebanyak 36.723.

Persamaan penelitian ini terletak pada variabel terikatnya yaitu sama menggunakan jasa pada rumah sakit, sedangkan perbedaan terletak pada variabel bebas jika peneliti terdahulu menggunakan “kualitas pelayanan” maka peneliti sekarang menggunakan harga dan produk, perbedaan lain juga terdapat di objek penelitian jika peneliti terdahulu memakai RSU Keraton Kabupaten Pekalongan maka peneliti sekarang mengambil ada di RSM Siti Khodijah Kediri.

3. Penelitian Skripsi yang ditulis oleh Erma Khanifa pada penelitian dengan judul “Pengaruh Markeing Mix terhadap Keputusan Membeli Kartu Prabayar Produk Indosat Oleh Mahasiswa IAIN Walisongo Semarang”.¹⁹

¹⁸ Dewi Lukasyanti “pengaruh kualitas pelayanan dalam menggunakan jasa pada rumah sakit umum daerah keraton Kabupaten Pekalongan” (Skripsi),(Pekalongan:

¹⁹ Erma Khanifa “*Pengaruh Markeing Mix terhadap Keputusan Membeli Kartu Prabayar Produk Indosat Oleh Mahasiswa IAIN Walisongo Semarang*”.(Skripsi), (Semarang: IAIN Walisongo Semarang,2016)

Berdasarkan hasil yang diperoleh yaitu, meliputi Variabel marketing mix yang terdiri atas beberapa hal antara lain produk, lokasi, harga, dan promosi. Beberapa komponen tersebut dapat mempengaruhi perkembangan yang signifikan terhadap keputusan membeli produk prabayar kartu Indosat. Sebagai bukti dari adanya permasalahan tersebut yaitu analisis regresi linier sederhana membuktikan bahwa koefisien korelasi determinasi dinotasikan dengan R^2 besarnya 0,432 ini telah membuktikan dengan adanya hal tersebut bahwa marketing mix berpengaruh terhadap keputusan membeli sebesar 43,2% sisanya 56,8% yang di buktikan dengan hasil pengaruh dari beberapa hal seta faktor lain. Mengenai hasil Persamaan regresi telah madalah $Y = 3,579 + 0,699X$. Adapun mengenai hasil pada uji signifikansi hipotesa, menunjukkan nilai t hitung lebih besar dengan t tabel ($8,632 > 1,984$) hal ini memiliki arti bahwa hipotesa 1 pada “marketing mix berpengaruh positif terhadap mahasiswa IAIN Walisongo Semarang dalam pembelian kartu prabayar produk Indosat” adalah tidak dapat ditolak.