

Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pasien dengan Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Pada RS Bina Kasih Pekanbaru

Christ Windreis

Komputerisasi Akuntansi, STMIK Dharmapala Riau, Pekanbaru, Indonesia

Email : Christ.Windreis@lecturer.stmikdharmapalariau.ac.id

Abstrak—Rumah sakit merupakan salah satu tempat dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pasien dalam menyelesaikan permasalahan kesehatannya, untuk mewujudkan hal tersebut salah satunya dapat dipenuhi dengan cara memberikan kepuasan kepada pasien. Pasien dapat merasakan kepuasan dapat ditentukan oleh kenyataan apakah pelayanan yang diberikan bisa memenuhi kebutuhan dan harapan pasien, dengan menggunakan pandangan pasien tentang pelayanan yang diterima (memuaskan atau mengecewakan, juga termasuk lamanya waktu pelayanan). Pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan, kebutuhan pasien dan kurang berkualitas akan membentuk suatu ketidakpuasan pada pasien. Ada beberapa faktor yang dapat terjadi dalam hal kepuasan sebuah rumah sakit salah satunya biaya atau harga dari biaya yang dikeluarkan. Hasil penelitian harga berpengaruh terhadap kepuasan pada RS. Bina Kasih Pekanbaru. Promosi berpengaruh terhadap kepuasan pada RS. Bina Kasih Pekanbaru. Pelayanan memoderasi pengaruh harga terhadap kepuasan pada RS. Bina Kasih Pekanbaru. dan pelayanan memoderasi pengaruh promosi terhadap kepuasan pada RS. Bina Kasih Pekanbaru.

Kata Kunci: Harga; Promosi; Pelayanan; Kepuasan

Abstract—The hospital is one of the places to meet the needs and expectations of patients in solving their health problems, one of which can be fulfilled by providing satisfaction to patients. Patients can feel satisfaction can be determined by the fact that the services provided can meet the needs and expectations of patients. , by using the patient's view of the service received (satisfactory or disappointing, also including the length of service time). Services that are not in accordance with expectations, patient needs and lack of quality will form a dissatisfaction with the patient. There are several factors that can occur in terms of satisfaction of a hospital, one of which is the cost or the price of the costs incurred. The results of the research on the price effect on satisfaction at the hospital. RS. Bina Kasih Pekanbaru. Promotion has an effect on satisfaction at the hospital. RS. Bina Kasih Pekanbaru. Service moderates the effect of price on satisfaction at the hospital. RS. Bina Kasih Pekanbaru. and service moderated the effect of promotion on satisfaction at the hospital. RS. Bina Kasih Pekanbaru.

Keywords: Price; Promotion; Service; Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Rumah sakit merupakan salah satu tempat dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pasien dalam menyelesaikan permasalahan kesehatannya, untuk mewujudkan hal tersebut salah satunya dapat dipenuhi dengan cara memberikan kepuasan kepada pasien.

Pasien dapat merasakan kepuasan dapat ditentukan oleh kenyataan apakah pelayanan yang diberikan bisa memenuhi kebutuhan dan harapan pasien, dengan menggunakan pandangan pasien tentang pelayanan yang diterima (memuaskan atau mengecewakan, juga termasuk lamanya waktu pelayanan). Pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan, kebutuhan pasien dan kurang berkualitas akan membentuk suatu ketidakpuasan pada pasien. Ada beberapa faktor yang dapat terjadi dalam hal kepuasan sebuah rumah sakit salah satunya biaya atau harga dari biaya yang dikeluarkan.

Harga adalah aspek yang terpenting, walaupun yang terpenting adalah kualitas pelayanan guna mencapai kepuasan. Elemen ini dapat mempengaruhi pasien dari segi biaya yang dikeluarkan, biasanya semakin mahal harga perawatan maka pasien mempunyai harapan yang lebih besar.

Harga yang ditetapkan haruslah tepat atau sesuai dengan pendapatan pasien. Karena apabila harga tidak sesuai atau lebih mahal justru akan membuat pasien akan berpindah ke jasa kesehatan lain. Rumah sakit merupakan penyedia layanan kesehatan yang menjadi pilihan masyarakat. Oleh sebab itu, harga yang ditetapkan sesuai dengan kemampuan ekonomi masyarakat setempat. Apabila harga yang ditetapkan terlalu mahal, maka pasien akan banyak mengeluh. Hal itu akan membuat pasien meningkatkan harapan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit. Apabila harapan itu tidak terpenuhi, maka pasien akan kecewa sehingga menimbulkan keluhan.

Promosi merupakan penyampaian informasi dari penjual kepada pembeli untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku dalam rangka menciptakan pertukaran, sehingga tujuan untuk meningkatkan kuantitas penjualan diharapkan dapat terealisasi. Promosi dapat dikatakan kegiatan komunikasi dimana seluruh keperluan untuk menggerakkan satu produk, pesan atau ide mengenai distribusi (Shofiana dan Endang Sutrisna, 2019).

Promosi memiliki peranan penting untuk mengkomunikasikan keberadaan dan nilai produk kepada calon pelanggan. Dalam merancang strategi pemasaran, perusahaan/pasar swalayan harus selalu berorientasi kepada pelanggan mulai dari menemukan produk yang diinginkan oleh pelanggan, motif dan kebiasaan membeli serta menentukan harga sesuai dengan daya beli pelanggan, menentukan saluran distribusi dan akhirnya menentukan program promosi dalam usaha kemampuan perusahaan (Shofiana dan Endang Sutrisna, 2019).

Penelitian yang terkait dengan harga dan promosi terhadap kepuasan telah dilakukan oleh beberapa penelitian antara lain adalah Riswardani (2013) dengan hasil penelitian yaitu promosi berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat inap, Setyo (2017) harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen “*Best Autoworks*”

Pelayanan memiliki beberapa keuntungan salah satunya dapat memberikan kepuasan kepada pengguna maupun konsumen akan tetapi apabila pelayanan yang diberikan tidak maksimal maka tidak memberikan kepuasan maksimal juga dan begitu juga sebaliknya.

Rumusan masalah yang didapatkan dari penelitian ini adalah sejauhmana pengaruh harga terhadap pelayanan RS. Bina Kasih Pekanbaru ?, sejauhmana pengaruh promosi terhadap pelayanan RS. Bina Kasih Pekanbaru ?, sejauhmana pengaruh harga terhadap kepuasan RS. Bina Kasih Pekanbaru melalui pendapatan ?, sejauhmana pengaruh promosi terhadap kepuasan RS. Bina Kasih Pekanbaru melalui pelayanan ?.

Tujuan penelitian ini antara lain adalah untuk mengetahui sejauhmana pengaruh harga terhadap pelayanan RS. Bina Kasih Pekanbaru, untuk mengetahui sejauhmana pengaruh promosi terhadap pelayanan RS. Bina Kasih Pekanbaru, untuk mengetahui sejauhmana pengaruh harga terhadap kepuasan RS. Bina Kasih Pekanbaru melalui pendapatan, untuk mengetahui sejauhmana pengaruh promosi terhadap kepuasan RS. Bina Kasih Pekanbaru melalui pelayanan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian ini terdiri dari populasi, sampel penelitian, teknik pengumpulan data sampai dengan teknik analisis data penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa RS. Bina Kasih Pekanbaru, menurut pendapat dari Sugiyono (2010), populasi merupakan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan kareakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Maka sampel penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa RS. Bina Kasih Pekanbaru, Menurut Sugiyono (2010), Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Dalam mengetahui sampel penelitian, peneliti mempergunakan teknik sampel yang disebut dengan rumus Issac, berikut ini penentuan sampel pada penelitian ini :

$$N = \frac{Z^2 \alpha/2}{4e^a} \tag{1}$$

Keterangan :

N = Jumlah sampel

α = tingkat kepercayaan dugaan (α = 5%)

e = Kesalahan dugaan (e=10%)

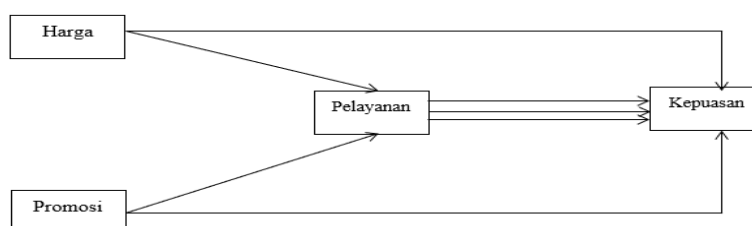
Z = Nilai normal

Maka dapat di rumuskan sampel pada penelitian ini adalah :

$$N = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = \frac{3,8416}{4(0,01)} = \frac{3,8416}{0,04} = 96,04$$

Maka berdasarkan sampel tersebut, jumlah sampel didapatkan sebesar 96 orang sampel yang menjadi sampel pada penelitian. Teknik pengumpulan data penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang bersifat kuesioner penelitian, menurut Sugiyono (2010), teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner adalah *Quesioner* (angket) merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan dan tahu apa yang bisa diharapkan dari para responden.

Analisis data penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis jalur menurut Sugiyono (2012:297) menyatakan bahwa “analisis jalur (path analysis) digunakan untuk melukiskan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat (bukan berbentuk hubungan interaktif/*reciprocal*). Model analisis jalur penelitian adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Model Pemikiran

2.1 Teori Harga

Harga menurut Assauri (2012) adalah “strategi pemasaran satu-satunya yang terkait langsung dalam menghasilkan pendapatan

2.2 Teori Promosi

Menurut Ernawaty dan Supriyanto (2010) promosi adalah upaya mengkomunikasikan pesan tentang pengetahuan, keyakinan dan ingatan akan produk/jasa kepada pembeli potensial dengan tujuan mendapat tanggapan serta menimbulkan pengaruh sehingga membutuhkan dan memanfaatkan jasa pelayanan

2.3 Teori Pelayanan

Menurut Budi (2013), kualitas layanan jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

2.4 Teori Kepuasan

Menurut Ernawaty dan Supriyanto (2010) kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan ketika kebutuhan, keinginan dan harapan dapat dipenuhi melalui produk/jasa yang dikonsumsi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Sebelum dilaksanakannya penyebaran kuesioner penelitian, maka terlebih dahulu penelitian melakukan uji validitas dan reliabilitas, berikut ini hasil uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini adalah :

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Pada Harga

Tabel 1. Uji Validitas dan Reliabilitas Pada Variabel Harga

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	.346	.914
X1.2	.554	.904
X1.3	.586	.903
X1.4	.630	.901

Pada Tabel 1 dapat diketahui dari 4 pernyataan pada harga dapat diketahui nilai dari *corrected item total correlation* diatas 0,3 dan nilai dari *cronbach alpha* pada setiap item pernyataan diatas 0,6 maka dapat dinyatakan bahwa setiap item pernyataan pada harga dapat dinyatakan valid dan reliabel.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas Pada Promosi

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas Pada Promosi

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	.614	.753
X2.2	.341	.815
X2.3	.620	.755
X2.4	.567	.762
X2.5	.530	.771
X2.6	.644	.746

Pada Tabel 2 dapat diketahui dari 6 pernyataan promosi dapat diketahui nilai dari *corrected item total correlation* diatas 0,3 dan nilai dari *cronbach alpha* pada setiap item pernyataan diatas 0,6 maka dapat dinyatakan bahwa setiap item pernyataan pada promosi dapat dinyatakan valid dan reliabel.

3. Uji Validitas dan Reliabilitas Pada Pelayanan

Tabel 3. Uji Validitas dan Reliabilitas Pada Pelayanan

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Z1.1	.633	.863
Z1.2	.659	.871
Z1.3	.758	.864
Z1.4	.633	.873
Z1.5	.737	.856
Z1.6	.555	.870

Pada Tabel 3 dapat diketahui dari 6 pernyataan pada *word of muouth* dapat diketahui nilai dari *corrected item total correlation* diatas 0,3 dan nilai dari *cronbach alpha* pada setiap item pernyataan diatas 0,6 maka dapat dinyatakan bahwa setiap item pernyataan pada pelayanan dapat dinyatakan valid dan reliabel.

4. Uji Validitas dan Reliabilitas Pada Kepuasan

Tabel 4. Uji Validitas dan Reliabilitas Pada Variabel Keputusan Pembelian

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	.653	.903
Y1.2	.765	.892
Y1.3	.820	.889
Y1.4	.730	.896
Y1.5	.762	.894
Y1.6	.760	.894

Pada Tabel 4 dapat diketahui dari 6 pernyataan pada kepuasan dapat diketahui nilai dari *corrected item total correlation* diatas 0,3 dan nilai dari *cronbach alpha* pada setiap item pernyataan diatas 0,6 maka dapat dinyatakan bahwa setiap item pernyataan pada kepuasan dapat dinyatakan valid dan reliabel. Berikut ini hasil dari pembuktian atau jawaban dari rumusan masalah penelitian ini adalah :

Tabel 5. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Harga	.875	.156	.658	5.617	.000

Tabel 5, pengaruh harga terhadap kepuasan pada RS. Bina Kasih Pekanbaru, bahwa menunjukkan besarnya pengaruh tersebut sebesar 0.658 dengan signifikansi dibawah 0,05 maka keputusan yang didapatkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada RS. Bina Kasih Pekanbaru.

Tabel 6. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Promosi	.324	.117	.325	2.777	.007

Tabel 6, pengaruh promosi terhadap kepuasan pada RS. Bina Kasih Pekanbaru, bahwa menunjukkan besarnya pengaruh tersebut sebesar 0.325 dengan signifikansi dibawah 0,05 maka keputusan yang didapatkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada RS. Bina Kasih Pekanbaru.

Tabel 7. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Melalui Pelayanan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	34.044	.107		317.250	.000
Zscore: Harga	3.158	.319	.946	9.901	.000
Zscore: Pelayanan	.082	.316	.025	3.260	.026
ModerasiX1	.868	.470	.041	2.846	.048

Berdasarkan pada hasil pemoderasi didapatkan bahwa pelayanan didapatkan nilai koefisien sebesar 2.846 dengan nilai signifikansi sebesar $0.048 < 0.05$ maka dapat dinyatakan bahwa pelayanan memoderasi pengaruh harga terhadap kepuasan pada RS. Bina Kasih Pekanbaru.

Tabel 8. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Melalui Pelayanan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	34.237	.090		382.217	.000
Zscore: Promosi	2.696	.238	.807	11.347	.000
Zscore: Pelayanan	.578	.238	.173	2.432	.017
ModerasiX2	1.796	.314	.116	5.716	.000

Berdasarkan pada hasil pemoderasi didapatkan bahwa pelayanan didapatkan nilai koefisien sebesar 5.716 dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ maka dapat dinyatakan bahwa pelayanan memoderasi pengaruh promosi terhadap kepuasan pada RS. Bina Kasih Pekanbaru.

3.2 Pembahasan

Beberapa pembahasan yang dapat dirumuskan antara lain:

a. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pada RS. Bina Kasih Pekanbaru.

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis didapatkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pada RS. Bina Kasih Pekanbaru, sedangkan dari hasil korelasi pengaruh didapatkan sebesar 0.65 atau 65 % yang memiliki arti bahwa kepuasan mampu dijelaskan oleh harga sebesar 65%., hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Rufiansyah dkk (2020) dengan hasil penelitian bahwa harga memiliki pengaruh yang cukup terhadap kepuasan konsumen.

b. Promosi Harga Terhadap Kepuasan Pada RS. Bina Kasih Pekanbaru.

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis didapatkan bahwa promosi berpengaruh terhadap kepuasan pada RS. Bina Kasih Pekanbaru, sedangkan dari hasil korelasi pengaruh didapatkan sebesar 0.32 atau 32 % yang memiliki arti bahwa kepuasan mampu dijelaskan oleh promosi sebesar 32%., hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Sengkey dan Willem JF Tumbuan (2014), dengan hasil penelitian bahwa promosi berpengaruh terhadap kepuasan.

c. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pada RS. Bina Kasih Pekanbaru Melalui Pelayanan.

Hasil pemoderasi didapatkan bahwa pelayanan didapatkan nilai koefisien sebesar 2.846 dengan nilai signifikansi sebesar $0.048 < 0.05$ maka dapat dinyatakan bahwa pelayanan memoderasi pengaruh harga terhadap kepuasan pada RS. Bina Kasih Pekanbaru. Menunjukkan juga pelayanan merupakan variabel pemoderasi antara harga dengan kepuasan.

d. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pada RS. Bina Kasih Pekanbaru Melalui Pelayanan.

Hasil pemoderasi didapatkan bahwa pelayanan didapatkan nilai koefisien sebesar 2.846 dengan nilai signifikansi sebesar $0.048 < 0.05$ maka dapat dinyatakan bahwa pelayanan memoderasi pengaruh harga terhadap kepuasan pada RS. Bina Kasih Pekanbaru.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan pada penelitian ini adalah Harga berpengaruh terhadap kepuasan pada RS. Bina Kasih Pekanbaru. Promosi berpengaruh terhadap kepuasan pada RS. Bina Kasih Pekanbaru. Pelayanan memoderasi pengaruh harga terhadap kepuasan pada RS. Bina Kasih Pekanbaru. Pelayanan memoderasi pengaruh promosi terhadap kepuasan pada RS. Bina Kasih Pekanbaru.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih dan penghargaan diberikan kepada Ketua STMIK Dharmapala Riau, Ketua LPPM STMIK Dharmapala Riau, dan Pimpinan RS. Bina Kasih Pekanbaru.

REFERENCES

- Assauri, S., 2012. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Budi Agung Permana, 2013. *Manajemen Marketing Perhotelan*. Penerbit CV. Andi Yogyakarta.
- Ernawati dan S. Supriyanto dan, 2010. *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*. Penerbit CV Andi Offset : Yogyakarta.
- Riswardani Yeni Tri Sari, 2013. Pengaruh Fasilitas, Biaya dan Promosi Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap. *Daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Volume 14, Nomor 2.
- Rufiansyah Fahmi Firdaus dan Agus Hermani Daryanto Seno, 2020. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbpw Creative Semarang). *Jurnal Admnistrasi Bisnis*, Volume IX, Nomor IV.
- Sengkey Lanny dan Willem J.F Tumbuan, 2014. Strategi *Relationship Marketing* Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Sakit Ibu Dan Anak “Kasih Ibu” Manado. *Jurnal EMBA*, Volume 2, Nomor 1.
- Setyo Purnomo Edwin. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis*, Volume 1, Nomor 6.
- Shofiana Annisa dan Endang Sutrisna, 2019. Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pasien Pada Rumah Sakit Annisa Medika 2 Pekanbaru. *JOM FISIP*, Volume 6, Edisi 2.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta