

ANALISIS PENGARUH KINERJA LAYANAN, ATMOSFER RUMAH SAKIT DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA RUMAH SAKIT UMUM DAERAH DOKTER SOEDARO DI PONTIANAK

Yuyun Margareta Sunarti

email: yuyun.margareta95@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Keputusan menggunakan jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktornya adalah kinerja layanan, atmosfer rumah sakit dan lokasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kinerja Layanan, Atmosfer Rumah Sakit dan Lokasi terhadap Keputusan menggunakan jasa pada Rumah Sakit Umum Daerah Dokter Soedarso di Pontianak. Bentuk penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuisioner. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden penelitian ini dapat di tentukan dengan sampel *incidental sampling*. Pembahasan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, heteroskedastisitas, uji autokorelasi, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji F, dan uji *t*. *Softwaresps* versi 22 digunakan untuk pengujian model penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah kinerja layanan, atmosfer rumah sakit dan lokasi berpengaruh signifikan dan positif baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan menggunakan jasa.

KATA KUNCI: Keputusan Menggunakan Jasa Rumah Sakit

PENDAHULUAN

Semakin pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam dunia bisnis menyebabkan persaingan yang semakin ketat dan memaksa pelaku bisnis untuk dapat mengikuti persaingan tersebut agar bisa tetap bertahan dan tumbuh dalam menjalankan suatu bisnis tertentu. Persaingan ketat yang terjadi tidak hanya pada bisnis yang bergerak dibidang perdagangan dan industri, akan tetapi hal ini juga terjadi pada perusahaan yang bergerak dibidang layanan kesehatan. (Pelealu, 2021).

Pelayanan kesehatan adalah pemenuhan kebutuhan dan tuntutan dari para pemakai jasa pelayanan kesehatan (pasien), di mana pasien mengharapkan suatu penyelesaian dari masalah kesehatannya. Pasien memandang bahwa penyedia jasa pelayanan kesehatan harus mampu memberikan pelayanan medis dalam upaya

penyembuhan penyakit dan pemulihan kesehatan yang berkualitas, cepat tanggap atas keluhan pasien, serta penyediaan pelayanan kesehatan yang nyaman. Untuk itu, maka harus selalu berusaha fokus terhadap setiap pasien yang datang dan dalam memberikan pelayanan kesehatan memakai tenaga yang terampil dan profesional agar pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan dari pasien. Sebagai penyedia jasa pelayanan kesehatan, maka di dalam menjalankan kegiatannya rumah sakit harus mempunyai fungsi yang senantiasa melekat yaitu fungsi sosial dan fungsi bisnis.

KAJIAN TEORITIS

Pemasaran jasa menurut Tjiptono (2014: 17) adalah setiap tindakan jasa yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Konsep pemasaran jasa secara sederhana sebagai usaha untuk mempertemukan produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dengan calon pasien yang menggunakan jasa tersebut, oleh karena itu produk dan jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pasien.

Menurut Tjiptono (2014: 4) ada empat karakteristik jasa yang membedakan dengan barang. Keempat karakteristik tersebut yaitu meliputi:

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)
Jika barang merupakan suatu objek, alat atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (*performance*), atau usaha. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki. Meskipun sebagian besar jasa dapat berkaitan dan didukung oleh produk fisik. Misalnya, mobil dalam jasa transportasi.
2. Tidak terpisahkan (*Inseparability*)
Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan.
3. Bervariasi (*Heterogeneity*)
Jasa sangat bersifat variabel karena merupakan Nonstandardized Output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis. Tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.
4. Tidak tahan lama (*Perishability*)
Jasa merupakan suatu komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni, atau jam tertentu tanpa pasien di tempat praktek dokter gigi.

Menurut Herlambang (2016: 42) Mutu pelayanan kesehatan di rumah sakit dapat dikelompokkan menjadi tiga hal, yaitu:

1. Struktur (sarana fisik, peralatan, dana, tenaga kesehatan dan nonkesehatan, serta pasien).
2. Proses (manajemen rumah sakit baik manajemen interpersonal, teknis maupun pelayanan keperawatan yang kesemuanya tercermin pada tindakan medis dan nonmedis kepada pasien).
3. *Outcome*.

Istilah kinerja layanan menurut Lupiyoadi (2013: 216), adalah “seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima”. Dengan kata lain kinerja layanan merupakan suatu kegiatan melayani konsumen yang mengakibatkan konsumen tersebut merasa puas terhadap pelayanan.

Menurut Tjiptono (2012: 4) Pelayanan (*service*) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yaitu *service operations* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (*back office* atau *back stage*) dan *service delivery* yang biasanya tampak (*visible*) atau diketahui pelanggan (*front office* atau *front stage*).

Menurut Kaswan (2016: 68) “Kinerja adalah kemampuan karyawan untuk melakukan pekerjaan mungkin ditingkatkan dengan menekankan pada kelebihannya dan pemahaman terhadap perubahan-perubahan apa yang dibutuhkan.”

Menurut Tjiptono (2008: 259) “Kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.”

Menurut Tjiptono (2008: 26) “Terdapat lima dimensi utama kinerja layanan yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya:

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yakni keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.

5. Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2009: 153): “*Atmosphere* adalah elemen lain dalam melengkapi tempat. Setiap tempat mempunyai penampilan dan tata letak fisik yang bisa mempersulit atau mempermudah orang untuk bergerak.” Pihak rumah sakit harus mempertimbangkan unsur keamanan dan perlindungan yang diberikan supaya calon konsumen rumah sakit akan merasa aman selama melakukan pelayanan di rumah sakit tersebut. Selain keamanan, atmosfer rumah sakit juga mencakup keramahan dari para karyawan rumah sakit. Para konsumen sangat membutuhkan suasana dimana dia merasa menjadi orang yang diperhatikan dan layak mendapat pelayanan yang baik.

Menurut Sopiah (2008: 19) Penetapan *store atmosphere* / atmosfer rumah sakit yang baik dalam dapat memberikan daya tarik terhadap minat beli konsumen akan merasa betah atau menjadi orang yang diperhatikan dan layak mendapat pelayanan yang baik didalam rumah sakit. *Store atmosphere*/ atmosfer rumah sakit terdiri dari:

1. Eksterior yang meliputi bangunan fisik yang bisa dilihat dari bentuk bangunan, pintu masuk, tangga dan sebagainya. Pertimbangan utama dalam eksterior adalah posisi rumah sakit dan arsitekturnya.
2. Interior meliputi estetika rumah sakit, desain ruangan, dan tata letak (*layout*) rumah sakit. *Layout* meliputi pengaturan fisik, penempatan barang, perlengkapan tetap, sehingga konsumen bisa bergerak dengan arah tertentu selagi melihat pajangan yang disorot cahaya lampu yang menarik.
3. Selain interior dan eksterior, faktor lain yang menjadi ujung tombak daya tarik konsumen untuk datang kerumah sakit adalah pramuniaga. Pramuniaga adalah ujung tombak yang mampu menimbulkan rasa puas atau tidaknya konsumen setelah berkunjung sehingga terjadi transaksi dirumah sakit tersebut.

Menurut Sopiah (2008: 19) terdapat lima indikator *store atmosphere*/ atmosfer rumah sakit yaitu:

1. Penataan klasifikasi produk yang jelas dan memudahkan konsumen
2. Pencahayaan dan sirkulasi udara yang baik
3. Papan nama rumah sakit yang jelasn
4. Akses dan kemudahan memarkirkan kendaraan
5. Keramahan pramuniaga dalam melayani

Menurut Utami (2017:322) “Suasana Rumah Sakit (*Store Atmosphere*) adalah kombinasi dari karakteristik fisik rumah sakit seperti arsitektur, tata letak,

pencahayaan, pemanjangan, warna, temperatur, musik, aroma yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen.

Lokasi berperan sebagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen Tjiptono (2014: 156). Lokasi merupakan faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi berkaitan erat dengan pasar potensial penyedia jasa.

Pemilihan suatu lokasi yang tepat merupakan ukuran sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah. Keputusan memilih lokasi harus dilihat dari efek jangka panjangnya. Penyedia jasa harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi yang diakibatkan globalisasi. Kemungkinan perubahan ekonomi, demografi, budaya, persaingan, dan peraturan dimasa mendatang.

Menurut Tjiptono (2011: 190) terdapat lima indikator lokasi yaitu:

1. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk roda dua maupun roda empat.
3. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
4. Lalu lintas.
5. Kondisi lingkungan, yaitu kondisi sekitar rumah sakit aman dan bersih

Menurut Utami (2012: 89), mendefinisikan “lokasi adalah struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penempatan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen”. Menurut Kotler (2012: 92), menyatakan bahwa lokasi merupakan suatu tempat di mana perusahaan atau instansi tersebut melakukan sebuah kegiatan.

Keputusan pembelian pada prinsipnya merupakan keputusan konsumen dalam memilih tempat untuk dirawat, yang secara garis besar dijelaskan dalam perilaku konsumen. Seorang konsumen memutuskan untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa atau tidak. Keputusan konsumen yang dilakukan dalam usaha kesehatan adalah keputusan seseorang untuk dirawat jalan pada rumah sakit tersebut. Keputusan

yang dipilih konsumen dalam memilih rumah sakit adalah kunci bagi kelangsungan siklus sebuah rumah sakit karena konsumen merupakan aset. Keputusan yang diambil oleh tamu pada prinsipnya merupakan keputusan konsumen dalam memilih rumah sakit sebagai tempat terbaik untuk dirawat, yang secara garis besar dijelaskan dalam perilaku konsumen. Keputusan konsumen merupakan salah satu bagian yang terdapat di dalam perilaku konsumen. Untuk itu perusahaan perlu memahami bagaimana perilaku konsumen dalam mengambil keputusan. Menurut Kotler dan Keller (2008: 234-244) terdapat lima model proses pengambilan keputusan pembelian yaitu:

1. Bersedia untuk membeli
Pada proses bersedia untuk membeli, pasien mempunyai kebutuhan yang harus dipenuhi baik itu bersedia menggunakan jasa rumah sakit, membeli obat yang disediakan dan membeli jasa perawatan yang ditawarkan oleh rumah sakit supaya masalah pasien dapat teratasi, dengan menggunakan jasa perawatan yang ditawarkan rumah sakit maka pasien dapat mengetahui cara pengobatan.
2. *Up to date* mengenai produk
Pasien selalu mencari informasi sebanyak-banyaknya mengenai rumah sakit melalui sosial media, teman dan kolega yang pernah menggunakan jasa tersebut. Mendapatkan informasi dapat dibagi menjadi dua level, yaitu situasi mencari informasi yang lebih ringan dinamakan dengan penguatan informasi. Pada level ini orang akan mencari serangkaian informasi tentang suatu produk.
3. Bersedia melakukan pembelian ulang
Pada tahap ini, pasien akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan dalam menggunakan jasa rumah sakit tertentu. Tugas pemasar tidak berakhir begitu saja ketika produk atau jasa perawatan dibeli. Para pemasar harus memantau apakah pasien puas dengan jasa yang mereka beli atau justru sebaliknya.
4. Melakukan rekomendasi
Saran yang sifatnya menganjurkan mengenai sesuatu kepada orang lain, Rekomendasi sangat penting untuk meyakinkan orang lain bahwa rumah sakit yang pernah kita kunjungi atau yang pernah kita gunakan jasanya sangat memuaskan baik dari pelayanan, harga yang ditawarkan terjangkau dari fasilitas-fasilitas yang ditawarkan rumah sakit lengkap.
5. Eksplorasi
Pada tahapan terakhir, pasien mau mencoba jasa perawatan yang ditawarkan oleh rumah sakit apabila jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan pasien, pasien dapat memperoleh informasi dari tenaga medis dan melakukan pengumpulan data-data yang digunakan dengan tujuan kepentingan pasien tersebut, pasien cenderung melakukan eksplorasi apabila pasien sudah menemukan rumah sakit yang cocok dengan pasien itu sendiri.

Menurut Abdullah dan Tantri (2012: 135) “Menyatakan dalam perilaku pembelian melalui proses keputusan yang terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku purnabeli. Tugas pemasar adalah memahami perilaku pembeli pada setiap tahap dan pengaruh-pengaruh apa yang ada”.

HIPOTESIS

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas serta model penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, adalah:

H₁: Terdapat pengaruh kinerja layanan terhadap keputusan menggunakan jasa

H₂: Terdapat pengaruh atmosfer rumah sakit terhadap keputusan menggunakan jasa

H₃: Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan menggunakan jasa

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Teknik pengumpulan data adalah kuesioner dan studi dokumenter. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien pada Rumah Sakit Umum Daerah Dokter Soedarso di Pontianak yang berjumlah sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan metode *incidental sampling*. Sedangkan analisis data dilakukan secara kuantitatif, untuk memperjelas analisis setiap jawaban diberikan bobot dengan skala likert dan perhitungan menggunakan program *statistical package for the social sciences*. *Incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

TABEL 1
RUMAH SAKIT UMUM DAERAH DOKTER SOEDARSO DI
PONTIANAK
UJI VALIDITAS

Variabel	Indikator	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Kinerja Layanan (X₁)	X _{1.1}	0,507	0,196	Valid
	X _{1.2}	0,553	0,196	Valid
	X _{1.3}	0,549	0,196	Valid
	X _{1.4}	0,542	0,196	Valid
	X _{1.5}	0,653	0,196	Valid
Atmosfer Rumah Sakit (X₂)	X _{2.1}	0,469	0,196	Valid
	X _{2.2}	0,426	0,196	Valid
	X _{2.3}	0,452	0,196	Valid
	X _{2.4}	0,463	0,196	Valid
	X _{2.5}	0,536	0,196	Valid
Lokasi (X₃)	X _{3.1}	0,541	0,196	Valid
	X _{3.2}	0,433	0,196	Valid
	X _{3.3}	0,433	0,196	Valid
	X _{3.4}	0,521	0,196	Valid
	X _{3.5}	0,419	0,196	Valid
Keputusan Menggunakan Jasa (Y)	X _{4.1}	0,523	0,196	Valid
	X _{4.2}	0,453	0,196	Valid
	X _{4.3}	0,452	0,196	Valid
	X _{4.4}	0,507	0,196	Valid
	X _{4.5}	0,552	0,196	Valid

Sumber: Data olahan program SPSS versi 22, 2020

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa r hitung lebih besar dari pada R tabel sehingga dapat dikatakan bahwa indikator dari pernyataan variabel kinerja layanan, atmosfer rumah sakit, lokasi dan keputusan menggunakan jasa adalah valid. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel penelitian dapat dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

TABEL 2
RUMAH SAKIT UMUM DAERAH DOKTER SOEDARSO DI
PONTIANAK
UJI RELIABILITAS

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Koefisien Alpha	Keterangan
KinerjaLayanan (X ₁)	0,709	0,60	RELIABEL
Atmosfer Rumah Sakit (X ₂)	0,627	0,60	RELIABEL
Lokasi (X ₃)	0,624	0,60	RELIABEL
Keputusan Menggunakan Jasa (Y)	0,657	0,60	RELIABEL

Sumber: Data olahan program SPSS versi 22, 2020

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa hasil perhitungan nilai Cronbach's Alpha untuk variabel kinerja layanan adalah 0,709 lebih besar dari 0,60. Nilai cronbach's Alpha untuk variabel atmosfer rumah sakit adalah 0,627 lebih besar dari 0,60. Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel lokast 0,624 lebih besar dari 0,60. Untuk Nilai Cronbach's Alpha variabel keputusan menggunakan jasa 0,657 lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel kinerja layanan, atmosfer rumah sakit, lokasi dan keputusan menggunakan jasa yang digunakan reliabel.

TABEL 3
RUMAH SAKIT UMUM DAERAH DOKTER SOEDARSO DI
PONTIANAK
HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,580 ^a	,336	,315	1,148

a. Predictors: (Constant), LOKASI, ATMOSFER_RUMAH_SAKIT, KINERJA_LAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_MENGGUNAKAN_JASA

Sumber: Output SPSS versi 22, 2020

Dari Tabel 3 dapat di lihat pada kolom R Square sebesar 0,336. Sehingga hal ini menunjukkan variabel kinerja layanan, variabel atmosfer rumah sakit, dan

variabel lokasi berpengaruh 336,00 persen terhadap variabel keputusan menggunakan jasa dan sisanya sebesar 236,00 persen dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel kinerja layanan, variabel atmosfer rumah sakit, dan variabel lokasi yang tidak termasuk dan tidak diteliti pada penelitian ini.

TABEL 4
RUMAH SAKIT UMUM DAERAH DOKTER SOEDARSO DI
PONTIANAK
HASIL UJI ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

<i>Model</i>	Coefficients^a				
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
<i>1 (Constant)</i>	3,881	2,649		1,465	,146
KINERJA_LAYANAN	,189	,071	,234	2,651	,009
ATMOSFER_RUMAH_SAKIT	,419	,090	,394	4,639	,000
LOKASI	,215	,093	,209	2,321	,022

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_MENGGUNAKAN_JASA

Sumber: Output SPSS versi 22, 2020

Dari Tabel 4 diketahui persamaan model regresi yang menyangkut pengaruh variabel bebas yaitu kinerja layanan (X_1), atmosfer rumah sakit (X_2) dan lokasi (X_3) terhadap variabel terikat yaitu keputusan menggunakan jasa (Y) adalah sebagai berikut ini:

- a. Data kinerja layanan menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk kinerja layanan adalah sebesar 0,009 ($p < 0,05$) sehingga hipotesis diterima, artinya variabel kinerja layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa.
- b. Data atmosfer rumah sakit menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk daya tarik promosi adalah sebesar 0,000 ($p < 0,05$) sehingga hipotesis diterima, artinya variabel daya tarik promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa.
- c. Data lokasi menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk kinerja layanan adalah sebesar 0,022 ($p < 0,05$) sehingga hipotesis diterima, artinya variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa.

TABEL 5
RUMAH SAKIT UMUM DAERAH DOKTER SOEDARSO DI
PONTIANAK
UJI F

ANOVA^a

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>1</i> <i>Regression</i>	64,077	3	21,359	16,207	,000 ^b
<i>Residual</i>	126,513	96	1,318		
<i>Total</i>	190,590	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_MENGGUNAKAN_JASA

b. Predictors: (Constant), LOKASI, ATMOSFER_RUMAH_SAKIT, KINERJA_LAYANAN

Sumber: Output SPSS versi 22, 2020

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Hasil dari uji F menunjukkan hasil koefisien regresi signifikansi atau terjadi pengaruh signifikansi terhadap variabelin dependen. Ini berarti data-data dalam penelitian ini sudah signifikansi dengan nilai sebesar 0,00 sehingga dapat digunakan lebih lanjut.

TABEL 6
RUMAH SAKIT UMUM DAERAH DOKTER SOEDARSO DI
PONTIANAK
UJI t

Coefficients^a

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
<i>1</i> <i>(Constant)</i>	3,881	2,649		1,465	,146
KINERJA_LAYANAN	,189	,071	,234	2,651	,009
ATMOSFER_RUMAH_SAKIT	,419	,090	,394	4,639	,000
LOKASI	,215	,093	,209	2,321	,022

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_MENGGUNAKAN_JASA

Sumber: Output SPSS versi 22, 2020

a. Pengujian Terhadap Variabel Kinerja Layanan

Hasil dari perhitungan pada variabel kinerja layanan menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh adalah sebesar 2,651 dan 1,9839 sehingga t_{hitung} yang didapat lebih besar dari t_{tabel} ($2,651 > 1,9839$), dengan tingkat signifikansi t_{hitung} sebesar 0,009 lebih kecil dari 0,05 ($0,009 < 0,05$) maka H_1 diterima yang berarti bahwa variabel kinerja layanan memiliki pengaruh yang signifikansi terhadap keputusan menggunakan jasa.

b. Pengujian Terhadap Variabel Atmosfer Rumah Sakit

Hasil dari perhitungan pada variabel atmosfer rumah sakit menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh adalah sebesar 4,639 dan 1,9839 sehingga t_{hitung} yang didapat lebih besar dari t_{tabel} ($4,639 > 1,9839$), dengan tingkat signifikansi t_{hitung} sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_2 diterima yang berarti bahwa variabel atmosfer rumah sakit memiliki pengaruh yang signifikansi terhadap keputusan menggunakan jasa.

c. Pengujian Terhadap Variabel Lokasi

Hasil dari perhitungan pada variabel lokasi menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh adalah sebesar 2,321 dan 1,9839 sehingga t_{hitung} yang didapat lebih besar dari t_{tabel} ($2,321 > 1,9839$), dengan tingkat signifikansi t_{hitung} sebesar 0,022 lebih kecil dari 0,05 ($0,022 < 0,05$) maka H_3 diterima yang berarti bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh yang signifikansi terhadap keputusan menggunakan jasa.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa dilihat dari uji t, hasil dari perhitungan pada variabel kinerja layanan (X_1) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh adalah sebesar 2,651 dan 1,9839 sehingga t_{hitung} yang didapat lebih besar dari t_{tabel} ($2,651 > 1,9839$), dengan tingkat signifikansi t_{hitung} sebesar 0,009 lebih kecil dari 0,05 ($0,009 < 0,05$) maka H_1 diterima yang berarti bahwa variabel kinerja layanan memiliki pengaruh yang signifikansi terhadap

keputusan menggunakan jasa (Y). Dilihat dari uji t, hasil dari perhitungan pada variabel atmosfer rumah sakit (X_2) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh adalah sebesar 4,639 dan 1,9839 sehingga t_{hitung} yang didapat lebih besar dari t_{tabel} ($4,639 > 1,9839$), dengan tingkat signifikansi t_{hitung} sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_2 diterima yang berarti bahwa variabel atmosfer rumah sakit memiliki pengaruh yang signifikansi terhadap keputusan menggunakan jasa (Y). Dan variabel atmosfer rumah sakit (X_2) merupakan variabel yang paling dominan dalam penelitian ini. Dilihat dari uji t, hasil dari perhitungan pada variabel lokasi (X_3) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh adalah sebesar 2,321 dan 1,9839 sehingga t_{hitung} yang didapat lebih besar dari t_{tabel} ($2,321 > 1,9839$), dengan tingkat signifikansi t_{hitung} sebesar 0,022 lebih kecil dari 0,05 ($0,022 < 0,05$) maka H_3 diterima yang berarti bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh yang signifikansi terhadap keputusan menggunakan jasa (Y). Dilihat dari uji F, berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dengan analisis regresi linear Uji hipotesis secara simultan (Uji F) didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 16,207 dengan tingkat nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kinerja layanan, variabel atmosfer rumah sakit, dan variabel lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan jasa pada Rumah Sakit Umum Daerah Dokter Soedarso di Pontianak.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri . 2012. *ManajemenPemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Herlambang, Susatyo. (2016). *Manajemen Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit*. Yogyakarta: Penerbit Gosyen Publishing.
- Kaswan. 2016. *Penelitian dan Pengembangan untuk Meningkatkan Kinerja SDM*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Pelealu, D.R. (2021). Analisis Customer Loyalty yang diprediksi oleh SERVQUAL, Service Information, dan Brand Image melalui Customer Satisfaction. *Revitalisasi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 141-156.

Lupiyoadi, rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Sopiah, Syihabudhin. 2008, *Manajemen Bisnis Ritel*. Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa-prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.

_____. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008.

_____. *Strategi Pemasaran*, ed. 3. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2012.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur: Bayumedia Publishing, 2011.

Utami, Christina., Whidya. 2017. *Manajemen Ritel. Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

