

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN PADA KEPUASAN KONSUMEN
YANG DIMEDIASI KUALITAS PELAYANAN YANG
DIPERSEPSIKAN DI RSUD DR.MOEWARDI**

SKRIPSI

Diajukan Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Setia Budi



**Disusun Oleh :
DIAH WULANDARI
08100175L**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SETIA BUDI
SURAKARTA
2014**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN PADA KEPUASAN KONSUMEN
YANG DIMEDIASI KUALITAS PELAYANAN YANG DIPRESEPSIKAN
DI RSUD Dr. MOEWARDI**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang ujian skripsi pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 13 Agustus 2014

Pembimbing I



Drs. Waluyo Budi Atmoko, MM

Pembimbing II



Nabhani, S.Kep., M.Kes.

Mengetahui

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Ariefah Yulandari, SE., MM

LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN

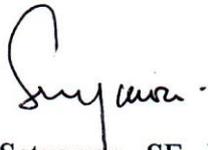
**PENGARUH BAURAN PEMASARAN PADA KEPUASAN KONSUMEN
YANG DIMEDIASI KUALITAS PELAYANAN YANG DIPRESEPSIKAN
DI RSUD Dr. MOEWARDI**

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi
Universitas Setia Budi pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 13 Agustus 2014

Penguji I



Didik Setyawan., SE., MM., M.Sc.,

Penguji II



Ariefah Yulandari, SE, MM

Penguji III



Nabhani, S.Kep., M.Kes.

Penguji IV



Drs. Waluyo Budi Atmoko, MM.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Didik Setyawan, SE., MM., M.Sc

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Ariefah Yulandari, SE., MM

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN PADA KEPUASAN KONSUMEN YANG DIMEDIASI KUALITAS PELAYANAN YANG DIPRESEPSIKAN DI RSUD Dr. MOEWARDI”** . Dengan ini saya menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Surakarta, 13 Agustus 2014



Diah Wulandari

NIM. 08.10.0085L

MOTTO

"Jangan menyerah sebelum berjuang, perjuangan adalah awal dari kesuksesan. Hambatan dan rintangan membuka jalan untuk sukses."

"Sesali masa lalu karena ada kekecewaan dan kesalahan - kesalahan, tetapi jadikan penyesalan itu sebagai senjata untuk masa depan agar tidak terjadi kesalahan lagi."

"Jangan larut dalam satu kesedihan karena masih ada hari esok yang menyongsong dengan sejuta kebahagiaan."

"Serahkanlah hidupmu kepada Tuhan dan percayalah kepada-Nya, dan Ia akan bertindak" Mazmur 37 : 5

"Tuhan menetapkan langkah-langkah orang yang hidupnya berkenan kepada-Nya; apabila ia jatuh, tidaklah sampai tergeletak, sebab Tuhan menopang tangannya." Mazmur 37 : 23-24

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

- Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria yang senantiasa menyertai, memberkati, memampukan dan melancarkan proses pembuatan skripsi ini.
- Kedua orang tuaku yang sudah memberikan kasih sayang, motivasi, tanpa menekan, memberikan semangat dan terlebih biaya yang tidak sedikit untuk pembuatan skripsi ini.
- Adik - adikku tercinta Sigit, Inoka, Fajar, Bagus dan Nando trimakasih atas doa, dan dukungannya, dan trimakasih karena kegilaan kalian dapat menghilangkan stresku.
- Kakak sepupuku mbk Ayuk dan calon suaminya mas Adi terimakasih sudah menyempatkan waktu disela kesibukan kerja untuk membantu demi kelancaran skripsi ini.
- Sahabat - sahabatku tercinta (Lia, Lily, Vica, Chandra, MbK Fitri, Ucha, Nadia dan Debora) terimakasih girls atas kebersamaan kalian dan dukungannya.
- Teman - teman seangkatan MARS 2010 yang gila dan gokil yang suka bikin perut sakit karena kekocakan kalian, (inda, mita, arika, gio, anggina, yohana, komang, via, riza, fera, jony, albricy, irhas, dan masih banyak lagi) suka duka bersama tidak akan aku lupakan guys.
- Keluarga besar Universitas Setia Budi dan seluruh dosen fakultas Ekonomi terimakasih atas ilmu yang diberikan sehingga bermanfaat bagi masadepan kami.
- Anjing – anjingku yang super nyebelin dan ngegemesin terima kasih sudah menghiburku saat sedang stress.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Pada Kepuasan Konsumen Yang Dimediasi Kualitas Pelayanan Yang Dipersepsikan Di RSUD Dr. Moewardi” Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Didik Setyawan., SE., MM., M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta.
2. Bapak Drs. Waluyo Budi Atmoko, MM. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan penuh keihlasan dan kesabaran demi terselesainya penulisan skripsi ini.
3. Bapak Nabhani, S.Kep., M.Kes. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan, bimbingan, dorongan serta petunjuk kepada penulis dalam menjalankan penelitian skripsi.
4. Bapak Didik Setyawan., SE., MM., M.Sc., selaku dosen penguji I yang telah memberikan pengarahan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

5. Ibu Ariefah Yulandari,SE,MM selaku dosen penguji II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dan dengan penuh keikhlasan dan kesabaran demi terselesainya penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen pengajar dan staff Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi yang telah memberikan bekal dan bimbingan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
7. Kedua orang tua yang selalu memberikan dorongan Moral dan Spiritual kepada penulis dan selalu memberikan doa yang mengiringi langkah penulis sampai saat ini.
8. Teman-teman seperjuangan yang telah menyemangati dan membantu aku (Lia, Lily, Riky, Vica, Chandra, dan Debora) terima kasih atas kebersamaan dan motivasinya.
9. Semua teman-temanku di Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta angkatan 2010.

Semoga Tuhan memberikan balasan atas jasa dan bantuan serta kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surakarta, Agustus 2014

Penulis.

SARI

Wulandari, Diah. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran Pada Kepuasan Konsumen Yang Dimediasi Kualitas Pelayanan Yang Dipersepsikan Di RSUD Dr.Moewardi. Skripsi. Program Studi S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Setia Budi. Pembimbing I. Drs.Waluyo Budi Atmoko, MM. Pembimbing II. Nabhani, S.Kep., M.Kes.

Dalam perkembangannya, rumah sakit telah berubah menjadi suatu institusi yang sangat kompleks sehingga memerlukan suatu manajemen yang baik. Oleh karena itu, Rumah Sakit dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumennya meningkat. Untuk mempertahankan pembelian pelanggan terhadap sebuah merek atau produk, bisa dikuatkan dengan meningkatkan performance bauran pemasaran (*marketing mix*). Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh bauran pemasaran pada kepuasan konsumen yang dimediasi kualitas pelayanan yang dipersepsikan di RSUD Dr. Moewardi

Populasi penelitian ini adalah pasien yang sedang berobat di RSUD Dr.Moewardi. Teknik penyampelan yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan ukuran sampel sebesar 200 responden. Hipotesis diuji dengan menggunakan analisis Struktur Equation Modeling (SEM).

Hasil dari pengolahan data dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Tidak ada pengaruh signifikan bauran pemasaran seperti produk (P), harga (H), promosi (PR), tempat (T), orang (O), bukti fisik (B), dan proses (PRO) dengan kualitas pelayanan (KP). Tidak ada pengaruh signifikan bauran pemasaran seperti produk (P), harga (H), promosi (PR), tempat (T), orang (O), bukti fisik (B), dan proses (PRO) dengan kepuasan konsumen (KK). Ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan (KP) dengan kepuasan konsumen (KK).

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Wulandari, Diah. 2014. Effect of marketing mix delivered to consumer satisfaction that is addressed by the service quality in Dr. Moewardi City Hospital. The Thesis of Undergraduate program, faculty of Economy, Setia Budi University. Counselor I Drs. Waluyo Budi Atmoko, M.M., Counselor II Nabhani, S. Kep., M. Kes.

Amidst the growth and trend of competition, hospitals have become institutions that deal with several fields of complexity and therefore, they need a good hospital management system. For advancing itself, Hospitals is governed to guard and maintain the consumer's trust to themselves by increasing service quality for attaining consumer contentment. To sustain the urge of the consumer to procure a specific brand or product, it can be strengthened by increasing the marketing mix performance among its service. This research is intended to clarify and examine the significance of marketing mix to consumer satisfaction by addressing the service quality in RSUD Dr. Moewardi.

In this research the populations are hospital patients who are undergoing medication in RSUD Dr. Moewardi. The sampling is taken by a method of Non Probability Sampling. Total sample taken is 200 respondents in further, the hypothesis is examined by Struktur Equation Modeling (SEM) Analysis.

The result of the examined data can be used as deduction and summary as follows, there is no significance of marketing mix on Product (P), Price (H), Promotion (PR), Place (T), People (O), Physical evidence (B), and Process (PRO) to the service quality (KP). There is no significance of marketing mix such as Product (P), Price (H), Promotion (PR), Place (T), People (O), physical evidence (B), and Process (PRO) to consumer satisfaction (KK). There is significance of service quality (KP) to Consumer Satisfaction (KK).

Keywords : Marketing Mix, Service Quality, Consumer Satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PRAKARTA	viii
SARI	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Pertanyaan Penelitian	6

D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Kepuasan Konsumen	10
B. Bauran Pemasaran	13
C. Kualitas Pelayanan	14
D. Model Penelitian	19
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Ruang Lingkup Penelitian	25
B. Desain Penelitian	25
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Penyempelan	26
D. Batasan Dan Identifikasi Variabel Penelitian	27
E. Definisi Operasional Variabel	27
F. Metode Pengumpulan Data	32
G. Teknik Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Deskripsi Sampel	39
B. Hasil Penelitian	40
C. Pembahasan	47

BAB V PENUTUP	50
A. Kesimpulan	50
B. Keterbatasan Penelitian	50
C. Saran	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Goodness of fit Indices</i>	38
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Sampel Menurut Umur	39
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Sampel Menurut Kunjungan Pasien ..	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kuisisioner	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner	42
Tabel 4.5 Evaluasi <i>Goodness of Fit Model</i>	44
Tabel 4.6 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Model</i>	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Hubungan Mediasi	22
Gambar 2.2 Model Penelitian	23

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 2 Surat Persetujuan Penelitian
- Lampiran 3 Kuisioner Penelitian
- Lampiran 4 Uji Validitas Variabel
- Lampiran 5 Uji Reliabilitas Variabel
- Lampiran 6 Diagram Jalur SEM
- Lampiran 7 Hasil Analisis Statistik SEM

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Rumah sakit merupakan suatu organisasi yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan yang sehari-hari melakukan kontak dengan pasien. Rumah sakit sebagai salah satu sub sistem pelayanan kesehatan yang memberikan pelayanan kesehatan mencakup pelayanan medik, pelayanan penunjang medik, rehabilitasi medik dan pelayanan perawatan. Pelayanan tersebut dilaksanakan melalui unit gawat darurat, unit rawat jalan dan unit rawat inap (Muninjaya, 2004).

Pada era globalisasi, pelayanan prima merupakan elemen utama di rumah sakit dan unit kesehatan. Rumah sakit dituntut untuk memberikan pelayanan kesehatan yang memenuhi standar pelayanan yang optimal. Pelayanan kesehatan adalah setiap upaya yang diselenggarakan secara sendiri atau secara bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan, mencegah dan menyembuhkan penyakit serta memulihkan kesehatan perseorangan, keluarga, kelompok dan ataupun masyarakat (Azwar, 1995). Hal ini penting sebagai acuan dalam pelayanan kesehatan agar dapat memberikan kepuasan optimal.

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen (Tjiptono dan Chandra, 2005). Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan (Assauri, 2003). Kepuasan pelanggan dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat

memposisikan produk perusahaan di mata pelanggannya. Menurut Wahyuddin dan Muryati (2001) bagi perusahaan-perusahaan yang berwawasan pelanggan, kepuasan adalah sasaran sekaligus kiat pemasaran.

Kepuasan pasien tergantung pada kualitas pelayanan. Kualitas merupakan inti kelangsungan hidup sebuah lembaga. Gerakan revolusi mutu melalui pendekatan manajemen mutu terpadu menjadi tuntutan yang tidak boleh diabaikan jika suatu lembaga ingin hidup dan berkembang. Persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa/layanan untuk selalu memanjakan konsumen/pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya (Assauri, 2003).

Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran perusahaan. Mulai dari pemenuhan produk, penetapan harga, mempromosikan barang, tempat strategis, karyawan perusahaan, cara melayani pelanggan (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*). Untuk mempertahankan pembelian pelanggan terhadap sebuah merek atau produk, maka bisa dikuatkan dengan meningkatkan performance bauran pemasaran (*marketing mix*). Sebagaimana pendapat Kotler (2003) menjelaskan bahwa bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi, dan distribusi mampu membangun reputasi merek yang bisa mempertahankan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap sebuah produk.

Dalam perkembangannya rumah sakit telah berubah menjadi suatu institusi yang sangat kompleks sehingga memerlukan suatu manajemen yang baik. Ada yang mengatakan mengelola rumah sakit lebih sulit dari pada mengelola hotel karena lembaga ini begitu kompleks, secara psikologis mereka yang datang adalah yang mengalami kejadian sakit tentunya lebih emosional. Pelayanan kesehatan harus dituntut lebih sabar lagi sehingga dapat memberikan pelayanan yang ramah. Bukankah sekarang sedang dikembangkan *hospitality management* disetiap institusi yang berbasis pelayanan pada pelanggan. Menurut Gummesson (dalam Tjiptono dan Chandra, 2005) menekankan bahwa jasa merupakan sesuatu yang bisa dipertukarkan namun kerap kali sulit dialami atau dirasakan secara fisik. Sejalan dengan itu, Kotler (2003) menyatakan jasa adalah setiap tindakan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada esensinya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.

Rumah sakit yang tidak mampu melayani pasien dengan baik dan ramah maka akan perlahan-lahan ditinggalkan dimana saat ini terjadi persaingan yang ketat dalam bidang kesehatan. Upaya pemasaran rumah sakit saat ini masih menjadi pro dan kontra bagaimana rumah sakit sebagai lembaga sosial bisa memasarkan dirinya layaknya suatu perusahaan yang berbasis profit. Oleh karena itu, Rumah Sakit dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumennya meningkat. Serta strategi pemasaran yang dibuat untuk memberi petunjuk pada para manager bagaimana agar produk/jasa yang dihasilkan dapat sampai pada konsumen dan bagaimana memotivasi konsumen untuk membelinya. Pihak rumah sakit perlu

secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Namun pelanggan harus benar-benar menggunakan jasa untuk mengetahui apakah mereka puas atau tidak dengan hasilnya (Lovelock dan Wright, 2005).

Dwimatuti (2013) dalam penelitiannya tentang pengaruh 7P bauran pemasaran terhadap kualitas pelayanan di restoran Crystal Lotus Lippo Karawaci. Hasilnya menunjukkan bahwa pengaruh dari 7P bauran pemasaran simultan terhadap kualitas pelayanan di restoran Crystal Lotus Lippo Karawaci. Dengan kata lain data penelitian adalah signifikan sehingga dapat disimpulkan ada hubungan antara 7P bauran pemasaran terhadap kualitas pelayanan di restoran Crystal Lotus Lippo Karawaci.

Pada penelitian Haryanti dan Hastuti (2009) mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening di Ksu Syariah An Nur Tawang Sari Sukoharjo. Salah satu tujuan penelitian Haryanti dan Hastuti (2009) adalah untuk memberikan bukti secara empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan bauran pemasaran terhadap kepuasan nasabah di Ksu Syariah An Nur. Dan hasilnya menunjukkan bahwa kualitas berpengaruh langsung namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah Ksu Syariah An Nur Tawang Sari Sukoharjo, artinya kualitas pelayanan sudah cukup memadai sehingga adanya peningkatan kualitas pelayanan cenderung tidak mempengaruhi kepuasan nasabah Ksu Syariah An Nur Tawang Sari Sukoharjo. Sedangkan bauran pemasaran terhadap kepuasan nasabah memiliki pengaruh signifikan artinya

semakin baik bauran pemasaran maka menyebabkan kepuasan nasabah Ksu Syariah An Nur Tawangsari Sukoharjo juga meningkat. Namun berbeda dengan yang diungkapkan dalam penelitian Wiyono dan Wahyuddin (2005) dalam penelitiannya studi tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di Rumah Sakit Islam Manisrenggo Klaten. Hasilnya menunjukkan bahwa semua variable kualitas pelayanan secara signifikan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Pada Kepuasan Konsumen Yang Dimediasi Kualitas Pelayanan Yang Dipersepsikan Di RSUD Dr. Moewardi”. Dimana rumah sakit dituntut mampu memberikan pelayanan terbaik bagi pasiennya yang dapat memuaskan harapan mereka atau bahkan melebihi harapan mereka.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, Rumah sakit yang tidak mampu melayani pasien dengan baik dan ramah maka akan perlahan-lahan ditinggalkan dimana saat ini terjadi persaingan yang ketat dalam bidang kesehatan. Untuk mempertahankan pembelian pelanggan terhadap sebuah merek atau produk, bisa dikuatkan dengan meningkatkan performance bauran pemasaran (*marketing mix*). Penelitian Dwimatuti (2013) menunjukkan bahwa pengaruh dari 7P bauran pemasaran simultan terhadap kualitas pelayanan di restoran Crystal Lotus Lippo Karawaci. Seperti penelitian Haryanti dan Hastuti (2009) bahwa bauran

pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Ksu Syariah An Nur Tawangsari Sukoharjo, sedangkan kualitas berpengaruh langsung namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen di RS.

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah seperti yang telah diuraikan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. apakah produk (pelayanan kesehatan) berpengaruh pada kualitas pelayanan yang dipresepsikan?
2. apakah harga berpengaruh pada kualitas pelayanan yang dipresepsikan?
3. apakah tempat berpengaruh pada kualitas pelayanan yang dipresepsikan?
4. apakah promosi berpengaruh pada kualitas pelayanan yang dipresepsikan?
5. apakah orang berpengaruh pada kualitas pelayanan yang dipresepsikan?
6. apakah pendukung fisik berpengaruh pada kualitas pelayanan yang dipresepsikan?
7. apakah proses berpengaruh pada kualitas pelayanan yang dipresepsikan?
8. apakah produk (peayanan kesehatan) berpengaruh pada kepuasan konsumen?
9. apakah harga berpengaruh pada kepuasan konsumen?
10. apakah tempat berpengaruh pada kepuasan konsumen?

11. apakah promosi berpengaruh pada kepuasan konsumen?
12. apakah orang berpengaruh pada kepuasan konsumen?
13. apakah pendukung fisik berpengaruh pada kepuasan konsumen?
14. apakah proses berpengaruh pada kepuasan konsumen?
15. apakah kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dengan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. menguji pengaruh produk (pelayanan kesehatan) pada kualitas pelayanan yang dipresepsikan.
2. menguji pengaruh harga pada kualitas pelayanan yang dipresepsikan.
3. menguji pengaruh tempat pada kualitas pelayanan yang dipresepsikan.
4. menguji pengaruh promosi pada kualitas pelayanan yang dipresepsikan.
5. menguji pengaruh orang pada kualitas pelayanan yang dipresepsikan.
6. menguji pengaruh pendukung fisik pada kualitas pelayanan yang dipresepsikan.
7. menguji pengaruh proses pada kualitas pelayanan yang dipresepsikan.
8. menguji pengaruh produk (pelayanan kesehatan) pada kepuasan konsumen.

9. menguji pengaruh harga pada kepuasan konsumen.
10. menguji pengaruh tempat pada kepuasan konsumen.
11. menguji pengaruh promosi pada kepuasan konsumen.
12. menguji pengaruh orang pada kepuasan konsumen.
13. menguji pengaruh pendukung fisik pada kepuasan konsumen.
14. menguji pengaruh proses pada kepuasan konsumen.
15. menguji pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan untuk meningkatkan kepuasan konsumen di rumah sakit, khususnya dibagian pelayanan medis maupun non medis guna memenuhi keinginan pelanggan dengan jasa yang diberikan. Dan bagi pihak lain penelitian ini juga diharapkan dapat membantu dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian serupa.

2. Manfaat Teoritis

Hasil dari kajian yang dikembangkan dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan ataupun masukan kepada rumah sakit mengenai kepuasan konsumen khususnya yang terkait dengan bauran pemasaran dan kualitas pelayanan agar rumah sakit mampu memberikan pelayanan kesehatan

yang memenuhi standar pelayanan yang optimal. Selain itu dapat dipandang sebagai usaha lain dalam memperkaya literatur maupun teori pemasaran dengan menghubungkan bauran pemasaran, kualitas konsumen, dan kepuasan pelanggan.