

**PENGARUH KOMUNIKASI GETOK TULAR PADA KEPUTUSAN
BEROBAT YANG DIMODERASI OLEH KEAHLIAN DAN KESAMAAN**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Sebagian Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata satu (S1) Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Setia Budi

Oleh :

Apliana Anggitasari

13150297L

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
UNIVERSITAS SETIA BUDI
SURAKARTA**

2019

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**PENGARUH KOMUNIKASI GETOK TULAR PADA KEPUTUSAN
BEROBAT YANG DIMODERASI OLEH KEAHLIAN DAN KESAMAAN**

Telah disetujui dan diperiksa untuk diajukan didepan tim penguji pada Senin 19
Agustus 2019.

Surakarta, 19 Agustus 2019

Pembimbing I



Dr. Waluyo Budi Atmoko, M.M
NIS. 01199609141059

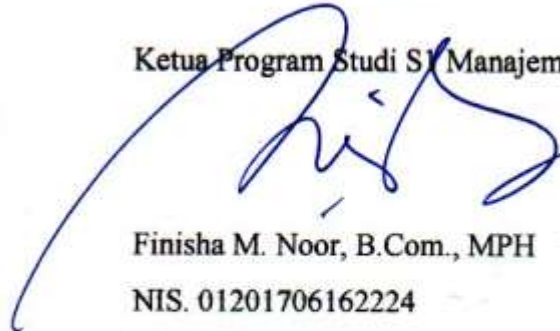
Pembimbing II



Ariefah Yulandari, SE.,M.M
NIS. 01201101102132

Mengetahui

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Finisha M. Noor, B.Com., MPH
NIS. 01201706162224

LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN

SKRIPSI

PENGARUH KOMUNIKASI GETOK TULAR PADA KEPUTUSAN BEROBAT YANG DIMODERASI OLEH KEAHLIAN DAN KESAMAAN

Skripsi ini telah dipertahankan didepan tim penguji Ujian Skripsi Fakultas
Ekonomi Universitas Setia Budi pada:

Hari : Senin

Tanggal : 19 Agustus 2019

1. Dr. Yuni Kristanto, SE., MM
NIS. 01199408041045

(.....)
Penguji I

2. Drs. Sugiyarmasto, M.M
NIS. 01199603141063

(.....)
Penguji II

3. Ariefah Yulandari, SE, M.M
NIS. 01201101102132

(.....)
Penguji III

4. Dr. Waluyo B. Atmoko, M.M
NIS. 01199609141059


(.....)
Penguji IV

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Widi Horiyanti, SE, M.Si
NIS. 01200504012113

Ketua Program Studi SI Manajemen


Finisha M. Noor, B.Com.,MPH
NIS. 01201706162224

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi saya ini dengan judul “Pengaruh komunikasi getok tular pada keputusan berobat yang dimoderasi oleh keahlian dan kesamaan”. Dengan ini saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam benar benar hasil karya saya sendiri, bukan menjiplak dari karya orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat di dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan yang berlaku.

Surakarta, 19 Agustus 2019



Apliana Anggitasari

NIM. 13150297L

MOTTO

“Memulai dengan penuh keyakinan, Menjalankan dengan penuh keikhlasan , Menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan”

“ Bila ingin sukses hari ini, bergegaslah untuk terus melaju ke depan dan jangan menunggu kata-kata waktu yang tepat karena itu akan menghancurkan impianmu “

“The best revenge for the people who have insulted you is the success that you can show them later”

“You need to step outside, get some fresh air, and remind your self of who you are and who you want to be”

PERSEMBAHAN

- Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan petunjuk, kemudahan dan kelancaran dalam mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
- Bapak (Yagus Gatum S.Pd) dan Mama (Anita Murang S.Pd) tercinta yang selama ini tiada henti-hentinya selalu memberikan doa, kasih sayang, bimbingan, semangat, dukungan moral maupun materi untuk kesuksesan saya, ucapan terima kasih saja tak akan cukup untuk membalas kebaikan bapak dan mama.
- Suami (Arnest S.E) dan anakku (Agung Arsenio Bernard) tersayang yang senantiasa memberi cinta kasih, dukungan, doa, dan semangat setiap saya mengerjakan skripsi ini hingga akhirnya dapat selesai.
- Saudara/i terkasih (Marsel Wiguna, Zefanya Amelia, Novithasari, Nelly) dan sahabat – sahabatku (Eva, vanda, devi, monik, melani, vina, grace, titin, shinta, Layun, serta teman-teman lain yang tidak dapat saya sebut satu persatu)yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk membantu, berbagi semangat, cerita dan berbagi canda.
- Teman-teman angkatan 2015, senasib seperjuangan di USB Surakarta.
- Semua pihak terkait yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penulisan ini.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus berkat rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Getok Tular Pada Keputusan Berobat Yang Dimoderasi Oleh Hubungan Antara Keahlian Dan Kesamaan”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan 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 secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati.

1. Dr. Ir. Djoni Tarigan, MBA., selaku Rektor Univeritas Setia Budi Surakarta.
2. Ibu Dr. Widi Hariyanti, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta.
3. Finisha Mahestri Noor, B. Com, M.P.H, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Setia Budi Surakarta.
4. Bapak Drs.Waluyo Budi Atmoko., MM, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan penuh keikhlasan dan kesabaran demi terselainya penulisan skripsi ini.
5. Ibu Ariefah Yulandari, SE., MM., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dan masukan dalam menyelesaikan skripsi.
6. selaku dosen penguji I yang telah memberikan petunjuk dan masukan dalam menyelesaikan skripsi.
7. selaku dosen penguji II yang telah memberikan bimbingan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.

8. Seluruh dosen pengajar dan staff karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta yang telah memberikan bekal dan bimbingan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
9. Kedua orang tua, suami, anak, dan saudara/i yang selalu memberikan doa dan semangat selama proses penulisan skripsi sampai selesai.
10. Semua teman-teman di Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta.

Semoga Tuhan Yesus selalu memberikan jalan terbaik dan kesuksesan atas bimbingan, bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surakarta,2019

Penulis

SARI

Anggitasari, Apliana. 2019. Pengaruh Komunikasi Getok Tular Pada Keputusan Berobat Yang Dimoderasi Oleh Hubungan Antara Keahlian Dan Kesamaan. Program Studi S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Setia Budi Surakarta. Pembimbing I. Dr. Waluyo Budi Atmoko, SE., MM. Pembimbing II. Ariefah Yulandari, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan menguji keahlian dan kesamaan dalam memoderasi pengaruh komunikasi getok tular pada keputusan berobat. Komunikasi getok tular yang terjadi didukung oleh keahlian dan kesamaan sehingga mendorong keputusan berobat. Komunikasi getok tular akan berdampak positif bagi konsumen berupa peningkatan keputusan berobat yang diperkuat oleh keahlian dan kesamaan.

Data diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada konsumen di rumah sakit umum Malinau. Teknik penyampelan yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan populasi pasien rumah sakit umum Malinau sebanyak 200 responden. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan komunikasi getok tular berpengaruh signifikan terhadap keputusan berobat. Komunikasi getok tular signifikan terhadap keputusan berobat setelah keahlian masuk sebagai variabel moderator, hal ini berarti keahlian memoderasi murni hubungan antara komunikasi getok tular pada keputusan berobat. Komunikasi getok tular menjadi tidak signifikan terhadap keputusan berobat setelah kesamaan masuk sebagai moderasi.

Kata kunci: komunikasi getok tular, keahlian, kesamaan, dan keputusan berobat.

ABSTRACT

Anggitasari, Apliana. 2019. The Affect of *Getok Tular* Communication in the Treatment Decision Towards the Relation between Expertise and Similarity. Bachelor of Management. Faculty of Economic. Setia Budi University. Advisor I. Drs. Waluyo Budi Atmoko, MM. Advisor II. Ariefah Yulandari, SE., MM.

The research examines the expertise and similarity in moderation the effect of *getok tular* communication in the treatment decision. *Getok tular* communication that is supported by the expertise and similarity encourage the treatment decisions. It will give a positive effect for the consumer to increase the decision of treatment that is strengthened by the expertise and similarity.

The data were collected through questionnaires to consumers at Malinau Public Hospital with a purposive sampling technique. It involved 200 respondents. Hypothesis testing was done through multiple regression analysis.

The result of this research established that *getok tular* communication gives an effect in the treatment decision. It showed significant after expertise became in the variabel moderator in the treatment decision. It means the real expertise is moderated by the relation between *getok tular* communication in the treatment decision. *Getok tular* communication showed not significant after the similarity became moderate in deciding the treatment

Keywords: *Getok tular* communication, expertise, similarity, and treatment decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PESETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
PRAKATA.....	viii
SARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Keputusan Berobat	7
2.2 Komunikasi Getok Tular	9
2.3 Keahlian	12
2.4 Kesamaan	13

2.5 Model Penelitian	16
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Desain Penelitian	18
3.2 Definisi dan Pengukuran Variabel	18
3.2.1 Keputusan Berobat	18
3.2.2 Komunikasi Getok Tular	19
3.2.3 Keahlian	19
3.2.4 Kesamaan	19
3.3 Sampel dan Teknik Penyampelan	20
3.3.1 Populasi	20
3.3.2 Sampel	20
3.3.3 Teknik Penyampelan	21
3.4 Objek Penelitian	21
3.5 Pengujian Instrumen Penelitian	22
3.5.1 Uji Validitas	22
3.5.2 Uji Reliabilitas	23
3.6 Teknik Pengumpulan Data	23
3.7 Analisis Data	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
4. 1 Deskripsi Sampel.....	28
4.1.1 Deskripsi sampel berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
4.1.2 Deskripsi sampel berdasarkan Jumlah Kunjungan Pasien.....	29
4. 2 Hasil Deskriptif Variabel.....	29
4.2.1 Variabel Keputusan Berobat.....	29
4.2.2 Variabel Komunikasi Getok Tular.....	31
4.2.3 Variabel Keahlian.....	32
4.2.4 Variabel Kesamaan.....	33
4. 3 Hasil Analisis Data.....	35
4. 4 Pembahasan	38
4.4.1 Pengaruh Variabel KGT pada KB.....	38

4.4.2 Pengaruh Variabel Keahlian sebagai Moderasi KGT pada KB.....	39
4.4.3 Pengaruh Variabel Kesamaan sebagai Moderasi KGT pada KB....	39
BAB V PENUTUP	41
5. 1 Kesimpulan	41
5. 2 Keterbatasan Penelitian	41
5. 3 Implikasi Manajerial	41
DAFTAR PUSTAKA	44

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Ukuran Sampel Berdasarkan Nilai Faktor Loading	18
Tabel 3.2 Uji Validitas.....	22
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas.....	23
Tabel 4.1 Distribusi Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Tabel 4.2 Distribusi Sampel Berdasarkan Jumlah Kunjungan Pasien	29
Tabel 4.3 Tanggapan Responden dalam Variabel Komunikasi Getok Tular.....	30
Tabel 4.4 Tanggapan Responden dalam Variabel Keputusan Keahlian	31
Tabel 4.5 Tanggapan Responden dalam Variabel Keputusan Kesamaan.....	32
Tabel 4.6 Tanggapan Responden dalam Variabel Keputusan Berobat	34
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Komunikasi Getok Tular pada Keputusan Berobat yang diModerasi oleh Keahlian	35
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Komunikasi Getok Tular pada Keputusan Berobat yang diModerasi oleh Kesamaan	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Penelitian.....	16
--------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner penelitian	46
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas Kuesioner	48
Lampiran 3. Uji Realibilitas Dalam Variabel Keputusan Berobat.....	52
Lampiran 4. Uji Realibilitas Dalam Variabel Komunikasi Getok Tular	53
Lampitan 5. Uji Realibilitas Dalam Variabel Keahlian	54
Lampitan 6. Uji Realibilitas Dalam Variabel Kesamaan	55
Lampiran 7. Analisis Regresi Berganda.....	56
Lampiran 8. Tabulasi Data Penelitian.....	60

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini banyak rumah sakit ingin memperkenalkan dan memasarkan produk dan jasanya. Baik usaha yang sedang berkembang maupun yang baru, harus berusaha keras untuk memasarkan produknya dikarenakan persaingan yang semakin ketat bagi suatu rumah sakit. Rumah sakit perlu melakukan usaha pemasaran yang baik. Pemasaran itu sendiri adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan (Kotler, 2003).

Keputusan pembelian dalam hal ini merujuk pada instansi rumah sakit yaitu keputusan berobat merupakan salah satu komponen utama dari perilaku konsumen. Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana strategi perusahaan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Suatu keputusan melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif tindakan.

Pengambilan keputusan merupakan suatu proses akhir dimana konsumen menyeleksi dan kemudian memilih salah satu dari berbagai pilihan (Schiffman dan Kanuk, 2007 h.508). Dengan kata lain, orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif pilihan yang

ada. Intisari dari pengambilan keputusan adalah harapan akan terciptanya suatu hasil yang baik.

Sebelum mengambil suatu keputusan, pelaku komunikasi terlebih dahulu mengumpulkan dan mengatur informasi tentang semua orang, objek, situasi, dan gagasan yang membentuk sikap untuk bertindak dengan cara yang positif atau negatif (Littlejohn, 2002 h.123-124). Pendekatan penggabungan informasi ini merupakan model paling populer untuk menjelaskan pembentukan informasi dan perubahan sikap. Model ini bermula dengan konsep kognisi yang digambarkan sebagai sebuah sistem interaksi. Informasi menjadi kekuatan tersebut dan berpotensi untuk memengaruhi sistem kepercayaan atau sikap individu. Sikap dianggap sebagai akumulasi dari informasi tentang sebuah objek, seseorang, situasi atau pengalaman. Atas dasar uraian tersebut maka strategi yang menarik untuk memprediksi keputusan berobat adalah menggunakan komunikasi getok tular (*word of mouth* - WOM).

1.2 Rumusan masalah

Studi berhasil mengidentifikasi kesenjangan penelitian, selama ini penelitian mengenai komunikasi getok tular fokus pada pengujian konstruk yang memprediksi konsumen untuk melakukan komunikasi getok tular. Sementara belum banyak peneliti yang fokus pada perilaku pembelian yang terjadi setelah konsumen menerima pesan komunikasi getok tular. Sejumlah konstruk yang berpengaruh pada komunikasi getok tular adalah kepuasan (Babin *et al.*, 2005; Wangenheim dan Bayon, 2007), ekuitas merek (Sweeney

et al., 2012), nilai produk (Babin *et al.*, 2005) yang diterima pelanggan. Bertolak dari tanggapan terhadap sejumlah konstruk tersebut, pelanggan melakukan aktivitas komunikasi getok tular dalam bentuk menyampaikan informasi positif atau negatif kepada orang lain. Dalam perspektif perusahaan, pemusatan perhatian pada pengaruh komunikasi getok tular yang diterima oleh penerima komunikasi getok tular adalah lebih penting, karena berpengaruh pada keputusan beli dan terkait dengan pendapatan perusahaan. Ketika komunikasi getok tular yang disampaikan berupa komunikasi getok tular positif atau negatif, maka hal tersebut akan berpengaruh pada perluasan pemasaran dan peningkatan pendapatan penjualan perusahaan. Oleh karena itu, pengaruh komunikasi getok tular pada calon pelanggan atau penerima komunikasi getok tular yang mengarah kepada keputusan pembelian, dipandang lebih relevan untuk diteliti.

Wangenheim dan Bayon (2007) menyatakan bahwa keahlian (*expertise*) dan kesamaan (*similarity*) memperkuat hubungan antara komunikasi getok tular dan keputusan pembelian yang mana merujuk pada keputusan berobat. Sweeney *et al.*, (2007) mengusulkan model dimana komunikasi getok tular berpengaruh langsung pada penurunan risiko dalam pembelian, meningkatkan persepsi terhadap perusahaan, meningkatkan kondisi psikis, semakin membesarnya kemungkinan membeli. Berdasarkan hasil penelitian dan pemikiran tersebut, maka terlihat perilaku konsumen terkait erat dengan konstruk komunikasi getok tular, kesamaan, dan keahlian.

1.3 Pertanyaan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah komunikasi getok tular berpengaruh pada keputusan berobat?
- b. Apakah keahlian memoderasi hubungan antara komunikasi getok tular dan keputusan berobat?
- c. Apakah kesamaan memoderasi hubungan antara komunikasi getok tular dan keputusan berobat?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan:

- a. Menguji pengaruh komunikasi getok tular berpengaruh pada keputusan berobat.
- b. Menguji peran kesamaan dalam memoderasi hubungan antara komunikasi getok tular dan keputusan berobat.
- c. Menguji peran keahlian dalam memoderasi hubungan antara komunikasi getok tular dan keputusan berobat.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan penjelasan tentang komunikasi getok tular, kesamaan, keahlian, dan keputusan pembelian. Penelitian ini juga menguji signifikansi hubungan diantara tiga konstruk yang diteliti sehingga dapat memperkuat teori yang menjelaskan pengaruh

komunikasi getok tular, kesamaan, dan keahlian pada keputusan pembelian.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan evaluasi bagi para pengelola rumah sakit dan institusi kesehatan lainnya bahwa komunikasi getok tular menjadi media penting dalam pengambilan keputusan berobat. Komunikasi getok tular ini penting karena tidak memerlukan biaya yang banyak namun mempunyai efektifitas tinggi dalam mempengaruhi keputusan berobat.

