

## **Pengaruh Program Promosi Melalui Status Terakreditasi Dan Kualitas Layanan Petugas Kesehatan Terhadap Minat Berobat Pasien Di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang**

**<sup>1</sup>Muhammad Uly Ulumudin, <sup>2</sup>Mubarok, <sup>3</sup>Dian Marhaeni Kurdaningsih**  
<sup>1,2,3</sup>Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Bahasa dan Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung  
Semarang  
ulyulumudin@gmail.com

### **Abstrak**

Semakin tingginya kebutuhan orang Indonesia ke luar negeri termasuk untuk pergi umrah dan haji, sedangkan dalam aturan pemerintah di sebutkan bahwa tiap-tiap orang warga negara yang akan ke luar negeri tentunya harus menjalani vaksinasi agar terhindar dan tidak terjangkit oleh virus dari negara yang akan di kunjungi, maka layanan medical check up RSI Sultan Agung saat ini mengembangkan pelayanan untuk menarik jamaah atau pasien guna melakukan layanan vaksin. Mengkomunikasikan keberadaan layanan medical check up ini tentunya menjadi hal yang sangat penting bagi keberhasilan program promosi serta keberhasilan peningkatan kualitas layanan petugas kesehatan RSI Sultan Agung. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Program Promosi melalui Status Terakreditasi dan Kualitas Layanan Petugas Kesehatan terhadap Minat Berobat Pasien di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey, maka pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang. Kemudian analisis penelitian dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS 26 dan teknik pengujian data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian semua item pertanyaan dinyatakan valid. Pada uji reliabilitas semua variabel program promosi sebesar 0,896 variabel kualitas layanan sebesar 0,934 dan minat berobat sebesar 0,899. Selain itu nilai signifikansi promosi (X1) angka signifikansi 0,000 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Artinya ada pengaruh signifikan antara program promosi terhadap minat berobat pasien. Kualitas layanan (X2) angka signifikansi 0,000 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Artinya ada pengaruh signifikan antara program promosi terhadap minat berobat pasien. Keterbatasan penelitian yaitu penyebaran kuesioner dilakukan di Rumah Sakit dengan keterbatasan pasien yang mengunjungi Rumah Sakit, hal ini dikarenakan adanya pandemi COVID-19., dan anggota sampel yang kebanyakan adalah usia antara 48-58 tahun, diantara usia tersebut masih ada yang masih kurang paham mengenai pengisian kuesioner sehingga peneliti harus menjelaskan berulang-ulang.

**Kata Kunci:** Minat Berobat, Program Promosi, Kualitas Layanan

### *Abstract*

*The increasing need for Indonesians abroad, including to go for Umrah and Hajj, while in government regulations it is stated that every citizen who is going abroad must undergo vaccinations to avoid being infected by a virus from the country to be visited. , the Sultan Agung Hospital medical check-up service is currently developing services to attract congregations or patients to provide vaccine services. Communicating the existence of this medical check-up service is of course very important for the success of the promotion program and the success of improving the quality of services for health workers at RSI Sultan Agung. The purpose of this study was to determine how the influence of promotion programs through accredited status and quality of health care workers on patient interest in the Beorbat of Sultan Agung Islamic Hospital Semarang. This study used a survey research method, so data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents at Sultan Agung Islamic Hospital Semarang. Then the research analysis was carried out using the assistance of the IBM SPSS 26 application and the data testing techniques used were validity testing, reliability testing, and simple regression analysis. The results showed that the testing of all question items was declared valid. In the reliability test, all promotional program variables were 0.896, service quality variables were 0.934 and medical treatment interest was 0.899. In addition, the promotion significance value (X1) has a significance value of 0.000, then H0 is rejected and Ha is accepted. This means that there is a significant influence between promotional programs on patient interest in treatment. Service quality (X2) with a significance value of 0.000, then H0 is rejected and Ha is accepted. This means that there is a significant influence between promotional programs on patient interest in treatment. The limitation of the research is that the distribution of questionnaires is carried out in hospitals with limited patients visiting the hospital, this is due to the COVID-19 pandemic. filling out the questionnaire so that the researcher has to explain repeatedly.*

**Keywords:** *Medical Interest, Promotion Program, Quality of Service*

## **1. PENDAHULUAN**

RSI Sultan Agung Semarang adalah Rumah sakit milik Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang yang berlokasi di Jalan Raya Kaligawe Km.4 Semarang. Berawal dari Health Center pada 17 Agustus 1971, Rumah Sakit Islam Sultan Agung memulai pengabdianannya. Memberikan pelayanan sepenuh hati dalam bingkai syariat islam, Rumah Sakit Islam Sultan Agung hadir dan bergerak mengikuti dinamika perubahan zaman. Tantangan dan harapan untuk mewujudkan Rumah Sakit Islam terkemuka dalam pelayanan, pendidikan dan pembangunan peradaban Islam membawa spirit baru dalam pengembangan Rumah Sakit Sultan Agung Semarang.

Salah satu bentuk layanan RSI Sultan Agung adalah Pelayanan Kesehatan Haji dan Umrah (PKHU) atau biasa yang di sebut klinik *medichal check up* bagi orang yang akan bepergian ke luar negeri, khususnya dalam pelaksanaan ibadah haji dan umroh. Ibadah haji ataupun umroh merupakan ibadah yang wajib setiap muslim laksanakan apabila sudah mampu dari segi fisik dan materi,karena waktu perjalanannya untuk berangkat tersebut memerlukan waktu yang lama dan persiapan fisik yang kuat serta aturan di berlakukannya vaksinasi oleh pemerintah, tentu setiap orang akan mencari lembaga yang mampu memberikan layanan tersebut, Rumah Sakit Islam Sultan Agung melihat segmen pasar peluang yang besar dalam membuka klinik PKHU medical check up RSI Sultan Agung, dalam hal ini juga membantu pemerintah dalam menangani vaksinasi karena adanya “ledakan” tiap tahun untuk jamaah haji/umrah yang akan datang ke tanah suci melaksanakan ibadah.

Semakin tingginya kebutuhan orang Indonesia ke luar negeri termasuk untuk pergi umrah dan haji, sedangkan dalam aturan pemerintah disebutkan bahwa tiap-tiap orang warga negara yang akan ke luar negeri tentunya harus menjalani vaksinasi agar terhindar dan tidak terjangkit oleh virus dari negara yang akan di kunjungi, maka layanan *medical check up* RSI Sultan Agung saat ini mengembangkan pelayanan untuk menarik jamaah atau pasien guna melakukan layanan vaksin. Mengkomunikasikan keberadaan layanan *medical check up* ini tentunya menjadi hal yang sangat penting bagi keberhasilannya.

Menurut Undang-Undang No. 44 tahun 2009, rumah sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Rumah sakit tidak hanya berfungsi untuk kegiatan kuratif, tetapi merupakan tempat untuk meningkatkan status kesehatan individu, sehingga kualitas kesehatan dan hidup manusia Indonesia juga meningkat (Undang-Undang No. 44, 2009). Rumah sakit merupakan salah satu industri jasa yaitu jasa kesehatan. Sebagai suatu industri jasa maka rumah sakit tentunya juga harus menjalankan fungsi-fungsi bisnis dalam manajerialnya, salah satunya adalah bagaimana menghasilkan suatu produk jasa yang bermutu atau berkualitas (Chandra Yoga, 2007). Apabila rumah sakit tidak memperhatikan kualitas pelayanannya maka akan ditinggalkan oleh pelanggannya yang menyebabkan kerugian bagi semua pihak baik petugas, pengelola atau pemilik rumah sakit sehingga tidak mendapatkan pendapatannya. Pengguna atau pelanggan juga akan ikut dirugikan karena berkurang atau tidak mendapatkan layanan yang bermutu apalagi bagi masyarakat yang tidak mampu untuk memilih rumah sakit lain sesuai dengan keinginannya. Kemampuan rumah sakit dalam menyampaikan kualitas pelayanan kesehatan yang baik merupakan harapan bagi setiap masyarakat ketika datang untuk melakukan konsultasi atas permasalahan kesehatan yang sedang mereka rasakan.

Kenaikan jumlah rumah sakit yang semakin tahun semakin bertambah mengindikasikan bahwa rumah sakit harus mampu bersaing. Oleh karena itu, rumah sakit yang telah berdiri dan beroperasi saat ini harus mempersiapkan diri untuk membina organisasinya agar mampu menciptakan pelayanan kesehatan rumah sakit yang berkualitas bagi pelanggannya (Kemenkes dalam Meryana, 2012). Dalam bidang kesehatan sektor pelanggan adalah pasien, dan persepsi mereka dianggap indikator utama saat menilai kualitas layanan (Irfan, S.M. dkk, 2012).

Untuk mempertahankan pelanggan, pihak Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang dituntut selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan memperhatikan secara cermat kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan harapan atas pelayanan yang diberikan. Konsumen Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang dalam hal ini pasien yang mengharapkan pelayanan kesehatan di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang bukan saja mengharapkan pelayanan medik dan keperawatan tetapi juga mengharapkan kenyamanan, akomodasi yang baik dan harmonisasi antara pegawai Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang dan pasien, dengan demikian perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan petugas kesehatan (Supranto, 2006).

Berdasarkan data rekam medis di layanan *medical check up* Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang Tahun 2017 hingga 2019 mengenai kunjungan pasien baru dan kunjungan ulang pasien lama dapat diketahui bahwa terjadi penurunan jumlah kunjungan pasien terjadi pada tahun 2017 ke tahun 2019. Layanan *medical check up* menjadi sorotan peneliti dikarenakan terjadi penurunan jumlah kunjungan pasien baru maupun kunjungan ulang pasien lama paling signifikan dibandingkan layanan lainnya. Data rekam medis pada layanan *medical check up* Rumah Sakit

Islam Sultan Agung pada tahun 2017 terdapat 1.673 kunjungan pasien baru, sedangkan pada tahun 2018 dan 2019 terdapat penurunan kunjungan pasien baru yaitu sebanyak 1.553 dan semakin menurun di tahun 2019 hingga sebanyak 1.372. Sejalan dengan itu, jumlah kunjungan ulang pasien lama rawat jalan di layanan *medical check up* Rumah Sakit Islam Sultan Agung pada tahun 2017 sebanyak 1.325, pada tahun 2018 sebanyak 1.169, hingga tahun 2019 sebanyak 1.104. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa dalam tiga tahun terakhir telah terjadi penurunan kunjungan ulang pasien baru maupun pasien lama di layanan *medical check up* Rumah Sakit Islam Sultan Agung, serta dari data kunjungan pada tahun 2019 dapat dipersentasekan bahwa penurunan terjadi sebesar 19,5%. Penurunan jumlah kunjungan pasien baru rawat jalan maupun kunjungan ulang pasien lama di layanan *medical check up* Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang, penulis memperkirakan bahwa hal ini disebabkan karena kurangnya program promosi, akibatnya akan mempengaruhi minat berobat pasien ke layanan medical check up Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang.

Upaya untuk meningkatkan hubungan ini diperlukan komunikasi yang baik. Meningkatkan komunikasi yang baik merupakan lahan kegiatan humas. Setiap organisasi, terutama yang bergerak dibidang jasa, dari kegiatan awal sampai akhir melalui berbagai bentuk dan tahap kegiatan yang harus menyatu dan terpadu dalam rangka mencapai komunikasi terbaik, usaha itulah yang disebut sebagai kegiatan humas. Pada hakekatnya, humas diadakan untuk mendukung terciptanya citra positif perusahaan dimata publik. Seorang humas dituntut untuk memiliki keahlian berkomunikasi yang baik terhadap lingkungannya, ini merupakan tugas humas yang intern yang harus melancarkan arus informasi secara optimal, baik yang vertikal mau pun yang horizontal secara dua arah. Tugas humas selanjutnya adalah tugas yang terarah pada ekstern organisasi. Kepuasan pelanggan merupakan kebutuhan penting sehingga pelanggan atau pasien dalam hal ini akan kembali datang atau berminat untuk datang dan berobat, oleh karena itu perlakuan yang baik dalam pelayanan sebaiknya dapat dipenuhi. Pelanggan ingin diperlakukan dengan tulus, baik, respek dan dihargai. Sikap dasar pelayanan ini akan banyak membantu untuk dapat mendatangkan minat pelanggan khususnya bagi Rumah Sakit yang pelanggannya adalah orang-orang yang membutuhkan pelayanan penyembuhan dan pemulihan kesehatan.

Mewujudkan derajat kesehatan yang optimal bagi seluruh lapisan masyarakat dengan memberikan pelayanan kesehatan yang berkualitas tinggi, merupakan visi dari RSI Sultan Agung Semarang. Maka RSI Sultan Agung Semarang melaksanakan berbagai upaya terutama di bidang komunikasi (baik internal maupun eksternal) yang mengarah pada terwujudnya visi tersebut. Upaya tersebut diantaranya dengan membekali para pegawai yang langsung berhubungan dengan pasien dengan cara memberikan informasi secara lengkap tentang rumah sakit kepada pasien. Upaya ini dilakukan dalam rangka untuk meningkatkan kualitas rumah sakit Rumah sakit harus memiliki perencanaan yang matang mengenai kegiatan pemasaran, seperti produk yang akan dipasarkan, harga yang menarik dan terjangkau oleh pelanggan target serta bagaimana perusahaan mempromosikan produknya dengan pelanggan ataupun dengan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Promosi merupakan faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarkan dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Promosi bukan saja merupakan alat untuk menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan, tetapi juga merupakan bentuk komunikasi perusahaan dengan konsumen dan pelanggannya. Pada

hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran dan yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2010).

RSI Sultan Agung Semarang melakukan beberapa kegiatan promosi yang salah satunya adalah program promosi paket layanan medical check up, bahkan ada layanan medical check up tambahan bagi Jemaah haji atau Jemaah umrah berupa vaksinasi. RSI Sultan Agung Semarang melakukan program promosi tidak hanya di periode-periode tertentu saja. Program promosi layanan medical check up yang dilakukan oleh RSI Sultan Agung Semarang tersebut diharapkan mampu meningkatkan jumlah pasien yang datang ke layanan medical check up di RSI Sultan Agung Semarang.

Maka dari itu, penulis membuat penelitian tentang Pengaruh Program Promosi melalui Status Terakreditasi dan Kualitas Layanan Petugas Kesehatan terhadap Minat Berobat Pasien di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang agar dapat mengetahui seberapa pasien atau masyarakat berminat untuk berobat di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang.

## **2. METODOLOGI PENELITIAN**

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penelitian survei. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. (Sugiyono, 2012)

Sedangkan penelitian survei yaitu penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesis. Pengertian penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. (Sugiyono 2012)

Dalam penelitian survey ini, langsung pada pasien Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian ini. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan uji statistik agar ditemukan fakta dari masing-masing variabel yang diteliti serta diketahui pengaruhnya antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Data primer merupakan data yang secara khusus dikumpulkan untuk kebutuhan riset yang sedang berjalan (Nur Ahmad, 2018). Data yang digunakan dalam penelitian ini didapat dengan menyebarkan kuesioner oleh pasien Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang.

Data sekunder adalah dikumpulkan tidak hanya untuk keperluan riset tertentu saja (Nur Ahmad, 2018). Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari buku, jurnal, skripsi maupun media online.

Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner kepada responden pasien Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang, angket atau kuesioner ialah

sebuah metode pengumpulan data untuk memahami individu atau responden dengan cara memberikan suatu daftar pertanyaan tentang berbagai aspek.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian yang menjadi populasi adalah pasien layanan *medical check up* Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang dari bulan Januari-Mei 2020 sebanyak 420 pasien.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. (Arikunto, 2013) Sedangkan pengertian lainnya sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 orang yang merupakan pasien layanan *medical check up* Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang.

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, seperti berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Sampel

N : Populasi

e : Tarif Kesalahan eror sebesar 0,10 (10%) 1 = Bilangan konstan

(Sangadji, 2010)

Langkah kerja dalam menentukan sampel adalah sebagai berikut:

N : 420

e : 10%

$$n = \frac{420}{1 + (420 \cdot (0,10))^2}$$

$$n = \frac{420}{1 + (420 \cdot 0,01)}$$

$$n = \frac{420}{1 + 4,2}$$

n = 100

Berdasarkan dengan menggunakan rumus Slovin, maka jumlah sampel yang digunakan minimal 100 orang.

Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan tipe non-probabilitas sampling. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampling bertujuan (Purposive sampling)

yaitu teknik dengan tujuan untuk menentukan sampel berdasarkan pertimbangan atau tujuan dan nilai guna individu terhadap penelitian (Ismail, 2018). Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah pasien layanan *medical check up* Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang.

Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai skala pengukuran. Skala Likert yang merupakan suatu teknik pengukuran berdasarkan dengan penggunaan kategori respon yang berurutan.

KETERANGAN	NILAI
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

**Tabel 1.1**  
Skala Likert

Data yang telah terkumpul dari kuesioner dan wawancara nantinya akan diolah dengan berbagai tahapan :

1. Editing  
Data yang diperoleh melalui kuesioner perlu diperiksa terlebih dahulu kebenarannya agar data yang masuk sesuai dengan aturan yang telah ditentukan.
2. Coding  
Tahap memberi kode setiap jawaban atau variabel dengan menggunakan simbol angka
3. Tabulasi  
Berupa tabel yang terdiri dari beberapa baris berupa kolom, yang digunakan untuk memaparkan sekaligus beberapa variabel hasil dari observasi, survei atau penelitian sehingga mudah dibaca dan dimengerti

Analisis data bertujuan untuk mengipresentasikan data yang telah terkumpul dan diolah sehingga diperoleh jawaban atas rumusan masalah penelitian dan mampu membuktikan hipotesis yang diajukan peneliti. (Azwar, 2016). Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, kuantitatif dan regresi linear berganda.

1. Analisis deskriptif bertujuan untuk menganalisis data dengan cara menjelaskan hasil data sehingga informasi lebih mudah dipahami, merupakan hasil dari tabulasi.
2. Analisis kuantitatif, yaitu menganalisis dalam bentuk data atau angka dengan metode statistik yang diklasifikasikan dalam tabel-tabel tertentu, data diperoleh dari hasil pengolahan data SPSS.

Analisis regresi linear berganda, yaitu model probabilitas yang menyatakan hubungan antara dua variabel dimana salah satu variabel dianggap mempengaruhi variabel lain. Variabel yang mempengaruhi dinamakan variabel independen dan variabel yang dipengaruhi dinamakan variabel dependen (Suyono 2018).

Uji dalam menggunakan olah data SPSS, juga harus diuji dengan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas bertujuan untuk sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Dalam penelitian ini, untuk menguji validitasnya menggunakan data kuesioner (Azwar, 2016). Apabila semua taraf signifikansi 5% maka:

1. Apabila  $r_{hitung} > r_{table}$ , maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.

2. Apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  table, maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

Uji reliabilitas yaitu pengujian sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2016). Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah:

1. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar daripada 0,60, maka kuesioner disebut reliabel atau terpercaya.
2. Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil daripada 0,60, maka kuesioner disebut tidak reliabel atau tidak terpercaya.

Metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Analisis ini dipergunakan untuk mengetahui dan memperoleh gambaran mengenai pengaruh program promosi melalui status terakreditasi (X1) dan kualitas layanan petugas kesehatan (X2) terhadap minat berobat pasien (Y) di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang, pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan program komputer *Statistical Package for Social Science* (SPSS 26).

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil pengujian menunjukkan program promosi berpengaruh signifikan terhadap minat berobat pasien. Hal ini menunjukkan semakin tinggi promosi maka minat berobat pasien semakin meningkat. Hal ini sesuai dengan teori dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indriyo (2000) kegiatan promosi yang dilakukan menjadi sarana untuk memperkenalkan produk yang dimiliki kepada konsumen sehingga konsumen mengenal lebih jauh produk-produk yang ditawarkan. Promosi merupakan kegiatan penting bagi setiap perusahaan termasuk rumah sakit karena sebaik apapun produk yang dihasilkan jika tidak dikenal oleh konsumen maka produk tersebut tidak akan berhasil di pasaran. Agar rumah sakit unggul dalam persaingan dibutuhkan perencanaan yang matang mengenai kegiatan pemasaran, seperti produk yang akan dipasarkan, harga yang menarik dan terjangkau oleh pelanggan target serta bagaimana perusahaan mempromosikan produknya dengan pelanggan ataupun dengan pihak-pihak lain yang berkepentingan. Promosi merupakan faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran.

Walaupun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarkan dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Promosi bukan saja merupakan alat untuk menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan, tetapi juga merupakan bentuk komunikasi perusahaan dengan konsumen dan pelanggannya. Seperti yang dipaparkan oleh Tjiptono (2010) bahwa pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran dan yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Sedangkan Kotler (2012), mengemukakan promosi meliputi seluruh alat-alat di dalam bauran pemasaran untuk melakukan komunikasi yang persuasif. Bauran promosi merupakan ramuan khusus dari iklan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya.

Hasil pengujian menunjukkan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berobat pasien. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kualitas layanan maka minat berobat pasien justru semakin tinggi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Swastha dan Handoko

(2004) yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan pelanggan. Kualitas layanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan atau hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis jawaban dari responden sebagaimana yang telah diuraikan pada BAB IV maka penelitian mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan positif  $X_1$  terhadap  $Y$ . Hal ini dibuktikan dengan hasil korelasi sebesar 0,912 dengan nilai signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh signifikan antara program promosi terhadap minat berobat pasien. Hubungan positif ini dibuktikan bahwa program promosi RSI Sultan Agung Semarang sudah sangat baik hal ini terbukti dengan banyaknya pasien yang mengetahui program promosi dari RSI Sultan Agung. Dengan tercapainya bauran promosi yang dilakukan pihak RSI Sultan Agung Semarang hendaknya diikuti dengan layanan yang baik.
2. Terdapat hubungan positif  $X_2$  terhadap  $Y$ . Hal ini berdasarkan korelasi sebesar 0,933 dengan nilai signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh signifikan antara kualitas layanan petugas kesehatan terhadap minat berobat pasien. Hubungan yang positif ini dibuktikan bahwa Rumah Sakit Islam Sultan Agung menjadi salah satu rumah sakit swasta di Semarang yang memiliki layanan kesehatan yang lengkap dan terbukti dengan kualitas layanan yang dilakukan oleh petugas kesehatan Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang yang berdampak terhadap minat pasien untuk berobat ke RSI Sultan Agung Semarang.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

1. Bapak Hartono, S.S., M.Pd selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Mubarak, S.Sos., M.Si dan Ibu Dian Marhaeni K, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan.
3. Orang tua saya, Bapak Mahmudi dan Ibu Khoifah yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk saya.
4. Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian ini.
5. Putri Ciptari Liawan yang selalu memberikan semangat kepada penulis.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Azwar, Saifuddin. 2016. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Chandra Yoga, Aditama. 2007. *Manajemen Administrasi Rumah Sakit*. Jakarta: UI- Press

<http://health.kompas.com/read/2012/07/20/14131214/Industri.Rumah.Sakit.Harus.Berbenah>

Indriyo Gitosudarmono. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi II, BPFE,. Yogyakarta

Irfan, S.M., Aamir Ijaz dan M.M. Farooq. 2012. "Patient Satisfaction and Service Quality of Public Hospital in Pakistan : An Empirical Assessment". Middle-East Journal of Scientific Research 12 (6) : 870-877.

Ismail, Fajri B. 2018. Statistika untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-ilmu Sosial, Jakarta : Prenadamedia Group.

Kemendes RI. 2009. Undang-undang No. 44 Tahun 2009 Tentang Rumah Sakit. Departemen Kesehatan Republik Indonesia.

Kotler, P & Keller, K.L. 2009. Marketing Management. Terjemahan Benyamin Molan, Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. INDEKS.

Meryana, Ester. 2012. Industrin RS Harus Berbenah!. 20 Juli 2012.

Nur Achmad. 2018. Metodologi. Penelitian Bisnis. Malang: Polinema Press

Supranto, J. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Meningkatkan Pangsan Pasar. Jakarta : Rinneka Cipta

Suyono. 2018. Analisis Regresi Untuk Penelitian. Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2010. Strategi Pemasaran, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.