

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP SIKAP PASIEN  
RS PKU MUHAMMADIYAH BANTUL**

**Tesis**

**Diajukan guna memenuhi persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 2  
Program Studi Magister Manajemen Rumah Sakit**



**Diajukan Oleh:**

**Nama : Sari Dwi Astuti**

**NIM : 20111030177**

**Kepada**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RUMAH SAKIT  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2012**

**LEMBAR PENGESAHAN**

TESIS

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP SIKAP PASIEN  
RS PKU MUHAMMADIYAH BANTUL**

Diajukan Oleh:

**Sari Dwi Astuti**

**20111030177**

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Dr. Susanto, M.S.

Pembimbing II

Drs. M. Syafril Nusyirwan, MM.

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu di dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Desember 2012  
Yang Membuat Pernyataan :

**Sari Dwi Astuti**

## **PRAKATA**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“PENGARUH PROMOSI TERHADAP SIKAP PASIEN RS PKU MUHAMMADIYAH BANTUL”**. Tesis ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana S-2 Magister Manajemen Rumah Sakit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulisan tesis tidak akan dapat diselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari banyak pihak, maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik langsung maupun tidak langsung, yaitu kepada:

1. dr. Erwin Santosa. Sp.A, M.Kes., selaku ketua pengelola Magister Manajemen Rumah Sakit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. dr. H. Agus Sukaca, M.Kes., selaku direktur Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Bantul yang telah memberikan ijin penelitian bagi penulis
3. Bapak Dr. Susanto MS., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran dan kritik selama penelitian dan penyusunan tesis.
4. Bapak Drs. M. Syafril Nusyirwan, MM., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran dan kritik selama penelitian dan penyusunan tesis.

5. Ibu Dr. Elsy Maria Rosa, SKM, M.Kep., selaku akademisi yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran dan kritik selama penelitian dan penyusunan tesis.
6. Ibu Mariska Urhmila, S.E., M.Kes., selaku pembimbing Residensi MMR UMY di RS PKU Muhammadiyah Bantul yang telah memberikan pengarahan dan masukan bagi penulisan tesis ini.
7. Seluruh dosen dan staf Program Pasca Sarjana MMR UMY yang telah memberikan ilmu yang berharga bagi penulis dan membantu dalam menyelesaikan tesis ini.
8. Kepada papa dr. Sarwo Hardjono, mama Tuti Subekti dan kakak Fitriani Syawitri J. S.Psi, M.Psi dan seluruh keluarga besar atas dukungan dan doanya.
9. Kepada *my beloved* Hermawan Supriyanto, S.E dan keluarga atas dukungan dan doanya selama proses penyelesaian tesis ini.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu selama penelitian dan penyusunan tesis.

Akhir kata penulis berharap semoga tesis ini bermanfaat bagi penulis, RS PKU Muhammadiyah Bantul pada khususnya dan kemajuan ilmu pengetahuan dan pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, Desember 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATAPENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Keaslian Penelitian .....	11
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A.Pemasaran .....	12
B.Strategi Pemasaran .....	14
C.Promosi.....	18
1. Definisi Promosi .....	18
2. Promosi Rumah Sakit .....	26
D. Sikap.....	31
E. Kerangka Teori .....	36
F. Kerangka Konsep.....	39
G. Hipotesis.....	40
<b>BAB III. Metode PENELITIAN</b>	
A. Desain Penelitian.....	41
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	41
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	41
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	42
E. Definisi Operasional Variabel .....	44
1. Variabel Independen .....	44
2. Variabel Dependen .....	46
F. Instrumen Penelitian .....	47
G. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	48
1. Uji Validitas .....	48
2. Uji Reliabilitas .....	48
H. Teknik Analisa Data.....	48

I. Etika Penelitian.....	52
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Pemasaran RS PKU Muhammadiyah Bantul.....	53
B. Deskripsi Karakteristik Responden .....	55
C. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen .....	60
D. Hasil Penelitian .....	62
1. Proses Pengambilan Data.....	62
2. Promosi RS PKU Muhammadiyah Bantul .....	63
3. Promosi RS PKU Muhammadiyah Bantul dari segi <i>advertising</i> .....	64
4. Promosi RS PKU Muhammadiyah Bantul dari segi <i>personal selling</i> ..	66
5. Promosi RS PKU Muhammadiyah Bantul dari segi <i>direct marketing</i> .	67
6. Promosi RS PKU Muhammadiyah Bantul dari segi <i>public relation</i> ....	67
7. Sikap Pasien Terhadap Promosi RS PKU Muhammadiyah Bantul.....	68
E. Pengujian Hipotesis .....	70
F. Pembahasan .....	74
1. Pengaruh Promosi <i>Advertising</i> terhadap Sikap Pasien RS PKU Muhammadiyah Bantul .....	75
2. Pengaruh Promosi <i>Personal Selling</i> terhadap Sikap Pasien RS PKU Muhammadiyah Bantul .....	77
3. Pengaruh Promosi <i>Direct Marketing</i> terhadap Sikap Pasien RS PKU Muhammadiyah Bantul .....	80
4. Pengaruh Promosi <i>Public Relation</i> terhadap Sikap Pasien RS PKU Muhammadiyah Bantul .....	82
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	87
B. Saran.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	89
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Penelitian .....	55
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4.4. Standar Rentang Jawaban Responden pada Variabel Promosi RS PKU Muhammadiyah Bantul .....	63
Tabel 4.5. Interpretasi Standar Rentang Jawaban Responden pada Variabel Promosi RS PKU Muhammadiyah Bantul.....	64
Tabel 4.6. Jawaban Responden terkait Promosi <i>Advertising</i> .....	65
Tabel 4.7. Jawaban Responden terkait Promosi <i>Personal Selling</i> .....	66
Tabel 4.8. Jawaban Pengaruh Promosi dari Segi <i>Direct Marketing</i> .....	67
Tabel 4.9. Jawaban Pengaruh Promosi dari Segi <i>Public Relation</i> .....	68
Tabel 4.10. Sikap Pasien RS PKU Muhammadiyah Bantul .....	69
Tabel 4.11. Uji Analisis Koefisien.....	70
Tabel 4.12. Uji Analisis Anova.....	73
Tabel 4.13. Model Summary.....	74



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Pasien RS PKU Muhammadiyah Bantul .....	7
Gambar 1.2. Pendapatan RS PKU Muhammadiyah Bantul.....	7
Gambar 2.1. Unsur-unsur dalam Proses Komunikasi .....	30
Gambar 2.2. Konsep tujuan Promosi/ Komunikasi, Respon Khalayak dan Proses Pembelian .....	38
Gambar 2.3. Kerangka Konsep .....	39

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner penelitian

Lampiran 2. Analisis Statistik Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3. Analisis statistik penelitian

Lampiran 4. Hasil Penelitian

## ABSTRACT

### **The Influence of Promotion to Patient Attitude of PKU Muhammadiyah Hospital of Bantul**

Sari Dwi Astuti, Susanto, M. Syafril Nusyirwan  
Magister Management of Hospital  
Muhammadiyah University of Yogyakarta

**Background** : With a lot of hospital around Bantul, to be known by society, the hospital should be doing a promotion including PKU Muhammadiyah Hospital of Bantul. Promotion is very useful to give an information to society about the excellence and services that offered by hospital, in hope that hospital could be the reference of society to get treatment and medical helps.

**Method** : This study used quantitative and descriptive with cross sectional approach. The population is all outpatient patient. There are 90 samples. Analysis test using double linier regression.

**Result and Discussion** : Regression equivalent showed  $Y = 3.069 + 0.0225X_1 + 0.105X_2 + 0.267X_3 + 0.338X_4 + e$ . Determinat coefficient ( $R^2$ ) 0.649, it implied that simultaneously promotion mix affected as much as 64.9% to patient attitude. Value of F calculation was 42.159 with F significant was 0.000 with reability 95%. Promotion mix factor that influence patient attitude of PKU Muhammadiyah Hospital of Bantul are advertising (2.129,  $p=0.036$ ), direct marketing (2.774,  $p=0.007$ ) and public relation (3.657,  $p=0.000$ ). The factor that is not influence to patient attitude is personal selling (1.074,  $p=0.286$ ).

**Conclusion** : The promotion mix factor that influence to patient attitude of PKU Muhammadiyah Hospital of Bantul are advertising, direct marketing and public relation.

**Keyword** : Patient attitude, adevertising, personal selling, direct marketing and public relation.