



PENGARUH CITRA RUMAH SAKIT, PERSEPSI MASYARAKAT DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH RUMAH SAKIT (STUDI DI RSUD HJ. ANNA LASMANAH BANJARNEGARA)

Siti Maesaroh¹, Dyah Supriatin², Amru Huwaidi³

STIE Tamansiswa Banjarnegara Jl. Mayjend Pandjaitan No. 29 Banjarnegara

Email: simey2201@gmail.com¹ dyah.raisha@gmail.com² amruhuwaidi7@gmail.com³

ABSTRACT

People's decision to choose a hospital as a place to fulfill health needs are often influenced by several factors, such as the image of the hospital, public perception and word of mouth. This study aims to find out whether there is an influence between the image of the hospital, public perception and word of mouth on the decision to choose a hospital either partially and simultaneously. This research is located at Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara Hospital. This research is a quantitative study, collecting data with the dissemination of questionnaires. The population is outpatients and inpatients at Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara Hospital. The sample in this study was as many as 100 people who conducted validity tests, reliability tests, normality tests, heteroskedasticity tests and multicollinearity tests. To test his hypothesis using the t test and the F test. The analysis technique used is multiple linear regression. The results showed that the image of the hospital, public perception and word of mouth influenced and significantly affected the decision to choose a hospital both partially and simultaneously. This is evidenced by the results of data processing using SPSS application version 25 whose calculation value shows the influence between variables. The coefficient of determination in this study was 0.752 (75.2%), meaning that the variable percentage of hospital image, public perception and word of mouth influenced the decision to choose a hospital by 75.2%.

Keywords: Hospital image, Public perception, Word of mouth, Decision to choose a hospital

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kesehatan merupakan hal yang sangat penting dan fundamental bagi manusia. Dalam perkembangan jaman yang semakin maju dan menuntut masyarakat untuk bekerja super keras dan kompetitif, kesehatan terkadang menjadi sisi yang terlupakan dal

am kehidupan masyarakat. Hal itu membuat banyak masyarakat yang tidak menerapkan gaya hidup sehat dan jatuh sakit. Melihat hal tersebut, pemerintah dan berbagai organisasi mendirikan banyak fasilitas kesehatan, salah satunya adalah rumah sakit.

Sudah jamak terjadi bahwa dalam satu wilayah kota atau kabupaten terdapat lebih dari satu rumah sakit, tak terkecuali di Kabupaten Banjarnegara. Mengutip dari laman website Info Jateng Terkini (2021), Sampai tahun 2021, jumlah rumah sakit yang sudah berdiri di Kabupaten Banjarnegara mencapai empat unit yaitu RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara, RSI Banjarnegara, RSU PKU Muhammadiyah Banjarnegara dan RS Emanuel Banjarnegara.

Sudah menjadi rahasia umum bahwa citra rumah sakit pemerintah yang beredar di masyarakat yaitu mempunyai pelayanan yang kurang memuaskan jika dibandingkan dengan rumah sakit milik swasta. Sering dijumpai pemberitaan di berbagai media tentang kurang memuaskannya pelayanan di rumah sakit pemerintah.

Hal tersebut membuat citra rumah sakit pemerintah menjadi kurang baik di masyarakat dan tercipta suatu persepsi yang kurang baik di masyarakat. Selain itu, dapat tercipta pula *word of mouth* yang bersifat negatif di masyarakat yang memberikan dampak serius terhadap keberlangsungan suatu rumah sakit dengan menurunnya jumlah masyarakat yang berobat ke suatu rumah sakit. Hal itu dapat dilihat dari data berikut:

Tabel 1. Data Kunjungan Pasien Setiap Rumah Sakit di Banjarnegara

Nama Rumah Sakit	Tahun		
	2019	2020	2021
RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara	158480	119012	115447
RS Islam Banjarnegara	91989	99300	114174
RS Emanuel Banjarnegara	190249	145907	149969
RS PKU Muhammadiyah Banjarnegara	4708	12758	21310

Sumber: Dinas Kesehatan Kabupaten Banjarnegara, 2022

Walaupun begitu, kunjungan pasien di RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara pada tahun 2021 baik di pasien rawat inap maupun rawat jalan mayoritas mengalami peningkatan setiap bulannya, namun adakalanya juga dalam beberapa bulan mengalami penurunan.

Keadaan tersebut memang terkesan fluktuatif, namun hal itu juga mengindikasikan tetap adanya kepercayaan masyarakat untuk memilih RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara sebagai salah satu rumah sakit pilihannya.

Menurut data dari RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara di tahun 2021 jumlah pasien rawat jalan mencapai 101.679 orang dan rawat inap mencapai 13.768 orang, jika ditotal menjadi 115.447 orang Berikut data yang dimaksud:

Tabel 2. Data Pasien RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara Tahun 2021

Bulan	Pasien Rawat Jalan	Pasien Rawat Inap
Januari	7413	874
Februari	7326	852
Maret	9331	1074
April	8609	1155
Mei	8220	1301
Juni	9079	1341
Juli	6876	1357
Agustus	7030	951
September	8189	941
Oktober	8454	1082
November	10407	1301
Desember	10745	1537
Jumlah	101679	13768

Sumber: RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara, 2022

Selain adanya perbedaan atau gap antara kondisi di lapangan dengan hal yang seharusnya terjadi, terdapat pula perbedaan hasil penelitian antara beberapa peneliti. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulanda, *et al* pada tahun 2019 menyatakan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan memilih. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Sari, *et al* pada tahun 2014 menyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian lain dilakukan oleh Suryani, *et al* pada tahun 2019 yang menyatakan bahwa persepsi berpengaruh terhadap keputusan memilih. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Bilondatu pada tahun 2013 menyatakan bahwa persepsi tidak berpengaruh terhadap

keputusan pembelian. Penelitian lain juga dilakukan oleh Nefrida pada tahun 2021 menyatakan bahwa *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan memilih. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Diansyah pada tahun 2017 menyatakan bahwa *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Rumah Sakit, Persepsi Masyarakat dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Memilih Rumah Sakit (Studi di RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara)”.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah citra rumah sakit berpengaruh terhadap keputusan memilih rumah sakit di RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara?
2. Apakah persepsi masyarakat berpengaruh keputusan memilih rumah sakit di RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara?
3. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan memilih rumah sakit di RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara?
4. Apakah citra rumah sakit, persepsi masyarakat dan *word of mouth*

berpengaruh terhadap keputusan memilih rumah sakit di RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui apakah citra rumah sakit berpengaruh keputusan memilih rumah sakit di RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara?
2. Mengetahui apakah persepsi masyarakat berpengaruh terhadap keputusan memilih rumah sakit di RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara?
3. Mengetahui apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan memilih rumah sakit di RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara?
4. Mengetahui apakah citra rumah sakit, persepsi masyarakat dan *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan memilih rumah sakit di RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara?

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara yang beralamat di Jl. Jenderal Sudirman No. 42, Kutabanjarnegara, Banjarnegara.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal dengan metode kuantitatif.

Variabel Penelitian

Variabel pada penelitian ini dibagi menjadi dua yakni:

1. Variabel bebas: Citra Rumah Sakit (X1), Persepsi Masyarakat (X2), *Word of Mouth* (X3)
2. Variabel terikat: Keputusan Memilih Rumah Sakit (Y)

Definisi Konsep dan Definisi Operasional Variabel

1. Teori Perilaku (*Grand Theory*)

Menurut Notoatmodjo dalam Halimah (2018), perilaku adalah respon/reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dirinya. Lalu menurut Oktaviana dalam Halimah (2018), perilaku adalah segenap manifestasi hayati individu dalam berinteraksi dengan lingkungan mulai dari perilaku yang paling nampak sampai yang tidak nampak, dari yang dirasakan sampai paling tidak dirasakan.

2. Citra Rumah Sakit

Definisi Konsep: Citra rumah sakit adalah wujud nyata dari persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan melalui apa yang diberikan

dan melalui apa yang diperoleh pelanggan sebagai hasil transaksi antara penyedia dan pengguna jasa serta bagaimana pelanggan memperoleh jasa tersebut (Gronroos dalam Nuryadin, 2014).

Definisi Operasional: Citra rumah sakit terbentuk dari persepsi pelanggan terhadap rumah sakit, dari pelayanan penyedia jasa kepada pengguna jasa, termasuk bagaimana pelanggan memperoleh jasa tersebut dan hal tersebut memberikan kesan bagi pelanggan terhadap rumah sakit.

Indikator: Pendapat mengenai rumah sakit, cara memperoleh jasa, kesukaan terhadap rumah sakit.

3. Persepsi Masyarakat

Definisi Konsep: Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rakhmat dalam Wulan, 2017).

Definisi Operasional: Persepsi masyarakat terbentuk dari pandangan dua atau lebih individu terhadap suatu produk, jasa ataupun kejadian. Hal tersebut lahir dari rangsang yang diterima, dipahami lalu dinilai.

Indikator: Penyerapan terhadap rangsang, pengertian atau pemahaman, penilaian atau evaluasi.

4. *Word of Mouth*

Definisi Konsep: *Word of mouth* adalah komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan dan pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa (Philip dalam Nourma, 2019).

Definisi Operasional: *Word of mouth* terbentuk dari hasil komunikasi satu orang kepada orang lain dalam bentuk rekomendasi dan dorongan menggunakan suatu produk ataupun jasa.

Indikator: Membicarakan, merekomendasikan, mendorong.

5. Keputusan Memilih Rumah Sakit

Definisi Konsep: Keputusan konsumen adalah bentuk pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih (Schiffman dan Kanuk, 2012).

Definisi Operasional: Keputusan memilih dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang memiliki dua atau lebih pilihan alternatif dan hal ini terbentuk dari berbagai faktor.

Indikator: Memenuhi kebutuhan, terdapat dua atau lebih pilihan, terdapat pilihan alternatif.

Populasi Sampel dan Teknik Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan dan pasien rawat inap di RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara pada tahun 2021 sebanyak 115.447 orang.

2. Teknik Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan jenis teknik *accidental sampling*.

3. Sampel Penelitian

Untuk mencari jumlah sampel penelitian, peneliti menggunakan rumus Slovin. Jumlah populasi yang akan diteliti adalah 115.447 orang dengan tingkat kesalahan 10%. Dari hasil perhitungan didapatkan sampel dalam penelitian ini sejumlah 100 orang.

Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Instrumen, terdiri dari:
 - a. Uji Validitas
 - b. Uji Reliabilitas
2. Uji Asumsi Klasik, terdiri dari:
 - a. Uji Normalitas
 - b. Uji Heteroskedastisitas
 - c. Uji Multikolinearitas

3. Uji Ketepatan Model, terdiri dari:
 - a. Koefisien Determinasi (R^2)
 - b. Uji Parsial (Uji t)
 - c. Uji Simultan (Uji F)
4. Uji Hipotesis, terdiri dari:

Uji Hipotesis menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Rumah Sakit, Persepsi Masyarakat, *Word of Mouth* dan Keputusan Memilih Rumah Sakit

Variabel Citra Rumah Sakit (X_1)				
Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig	Ket
X _{1.1}	0,722	0,202	0,000	Valid
X _{1.2}	0,778	0,202	0,000	Valid
X _{1.3}	0,724	0,202	0,000	Valid
X _{1.4}	0,633	0,202	0,000	Valid
X _{1.5}	0,738	0,202	0,000	Valid
X _{1.6}	0,746	0,202	0,000	Valid
Variabel Persepsi Masyarakat (X_2)				
Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Signif	Keter
X _{2.1}	0,735	0,202	0,000	Valid
X _{2.2}	0,765	0,202	0,000	Valid
X _{2.3}	0,660	0,202	0,000	Valid
X _{2.4}	0,687	0,202	0,000	Valid
X _{2.5}	0,690	0,202	0,000	Valid
X _{2.6}	0,766	0,202	0,000	Valid
Variabel <i>Word of Mouth</i> (X_3)				
Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Signif	Keter
X _{3.1}	0,715	0,202	0,000	Valid
X _{3.2}	0,728	0,202	0,000	Valid
X _{3.3}	0,782	0,202	0,000	Valid
X _{3.4}	0,683	0,202	0,000	Valid
X _{3.5}	0,868	0,202	0,000	Valid
X _{3.6}	0,850	0,202	0,000	Valid

Variabel Keputusan Memilih Rumah Sakit (Y)				
Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
Y ₁	0,454	0,202	0,000	Valid
Y ₂	0,712	0,202	0,000	Valid
Y ₃	0,750	0,202	0,000	Valid
Y ₄	0,809	0,202	0,000	Valid
Y ₅	0,814	0,202	0,000	Valid
Y ₆	0,813	0,202	0,000	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan untuk variabel citra rumah sakit (X_1), persepsi masyarakat (X_2), *word of mouth* (X_3) dan keputusan memilih rumah sakit (X_4) memiliki memiliki status valid, karena seluruh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Ket
Citra Rumah Sakit (X_1)	0,816	Reliabel
Persepsi Masyarakat (X_2)	0,808	Reliabel
<i>Word of Mouth</i> (X_3)	0,865	Reliabel
Keputusan Memilih Rumah Sakit (Y)	0,823	Reliabel

Sumber: Data yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien *Cronbach Alpha* dari variabel X_1 , X_2 , X_3 , Y yang lebih besar dari 0,600. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Standardized Residual		
N		100
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98473193
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.044
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

Sumber: Data yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi *Asymp.Sig (2-tailed)* dengan tes *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,200 > 0,05 maka disimpulkan bahwa data yang ada berdistribusi dengan normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Signifikansi
Citra Rumah Sakit (X_1)	0,884
Persepsi Masyarakat (X_2)	0,180
<i>Word of Mouth</i> (X_3)	0,547

Sumber: Data yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel-variabel yang diteliti menghasilkan nilai variabel X_1 , X_2 , X_3 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa

data tersebut tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai VIF	Nilai Tolerance
Citra Rumah Sakit (X_1)	3,901	0,256
Persepsi Masyarakat (X_2)	3,543	0,282
Word of Mouth (X_3)	2,290	0,437

Sumber: Data yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari variabel X_1 , X_2 , X_3 kurang dari 10 dan nilai *tolerance* dari variabel X_1 , X_2 , X_3 lebih dari 0,10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak mengandung adanya multikolinearitas.

Uji Ketepatan Model

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Koefisien Deteminasi

<i>Model Summary</i>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,867 ^a	0,752	0,744	1,66967

a. Predictors: (Constant), Word_of_Mouth, Persepsi_Masyarakat, Citra_Rumah_Sakit

Sumber: Data yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, nilai koefisien determinasi sebesar 0,752 (75,2%) artinya secara persentase pengaruh variabel citra rumah sakit,

persepsi masyarakat dan *word of mouth* terhadap variabel keputusan memilih rumah sakit sebesar 75,2% sedangkan sisanya sebesar 24,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

2. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 9. Hasil Uji Parsial (Uji t)

<i>Coefficients^a</i>		
Model	t	Sig.
(Constant)	1,219	0,226
X1_Citra_Rumah_Sakit	3,500	0,001
X2_Persepsi_Masyarakat	3,483	0,001
X3_Word_of_Mouth	3,350	0,001

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih Rumah Sakit

Sumber: Data yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, hasilnya dapat dijabarkan sebagai berikut:

a) Pengaruh Citra Rumah Sakit Terhadap Keputusan Memilih Rumah Sakit

Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,500 > 1,984$ dan nilai signifikansi yaitu $0,001 < 0,005$. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima.

H1: "Citra Rumah Sakit Berpengaruh Terhadap Keputusan Memilih Rumah Sakit"

b) Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Memilih Rumah Sakit

Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,483 > 1,984$ dan nilai signifikansi yaitu $0,001 < 0,005$. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 diterima.

H2: “Persepsi Masyarakat Berpengaruh Terhadap Keputusan Memilih Rumah Sakit”

c) Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Memilih Rumah Sakit

Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,350 > 1,984$ dan nilai signifikansi yaitu $0,001 < 0,005$. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima.

H3: “*Word of Mouth* Berpengaruh Terhadap Keputusan Memilih Rumah Sakit.”

3. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10. Hasil Uji Simultan (Uji F)

- a. *Dependent Variable*: Keputusan Memilih Rumah Sakit
- b. *Predictors*: (*Constant*), Citra_Rumah_Sakit,

Persepsi_Masyarakat,
Word_of_Mouth
Sumber: Data yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, nilai f_{tabel} dari penelitian ini adalah 2,47. Sementara itu, berdasarkan uji hipotesis secara simultan, didapatkan hasil dengan f_{hitung} yaitu 96,819 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $96,819 > 2,47$ dan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,005$. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis ke 4 diterima.

H4: Citra Rumah Sakit, Persepsi Masyarakat Dan *Word of Mouth* Berpengaruh Terhadap Keputusan Memilih Rumah Sakit

PEMBAHASAN

Dari penelitian uji parsial dan uji simultan antara variabel citra rumah sakit, persepsi masyarakat dan *word of mouth* terhadap keputusan memilih rumah sakit, dapat diketahui hasilnya sebagai berikut:

1. Pengaruh Citra Rumah Sakit Terhadap Keputusan Memilih Rumah Sakit

Variabel citra rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan memilih

ANOVA ^a			
<i>Model</i>	<i>df</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Regression</i>	3	96,819	0,000 ^b
<i>Residual</i>	96		
<i>Total</i>	99		

rumah sakit. Hasil tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Puspita, *et al* (2020) yang menyatakan bahwa citra rumah sakit berpengaruh positif terhadap keputusan memilih rumah sakit.

Menurut Wu dalam Yunita (2017), citra rumah sakit memiliki fungsi sebagai penghubung dan penjaga keharmonisan hubungannya dengan pelanggan mereka. Citra rumah sakit terbentuk dari beberapa faktor, salah satunya pelayanan yang dirasakan oleh masyarakat. Semakin baik pelayanan, masyarakat akan cenderung memilih rumah sakit tersebut, sehingga terjalin hubungan yang harmonis antara masyarakat dan rumah sakit.

2. Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Memilih Rumah Sakit

Variabel persepsi masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan memilih rumah sakit. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Zuhirsyan dan Nurlinda (2018) yang menyatakan bahwa persepsi berpengaruh positif terhadap keputusan memilih.

Menurut Zamroni (2013), persepsi merupakan proses individu

untuk dapat mengenali objek atau fakta objektif dengan menggunakan alat individu. Sedangkan dalam konteks lebih besar yaitu persepsi masyarakat dapat dipahami sebagai persepsi suatu kelompok terhadap suatu kondisi yang ada baik bersifat positif maupun negatif. Kondisi yang diharapkan dari masyarakat dan rumah sakit tentu yang bersifat positif sehingga dapat saling memberikan timbal balik yang bermanfaat.

3. Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Memilih Rumah Sakit

Variabel *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan memilih rumah sakit. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nefrida (2021) yang menyatakan bahwa *word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan memilih.

Menurut Philip dalam Wulanda, *et al* (2019), *word of mouth* adalah komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan dan pengalaman membeli atau menggunakan produk dan jasa. Pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan memilih sangatlah besar, hal tersebut dikarenakan *word of mouth* berkaitan dengan pengalaman

pribadi seorang individu terhadap suatu peristiwa. Pengalaman yang dibagikan tidak terbatas antar individu namun dapat kepada khalayak luas, apalagi di zaman keterbukaan informasi saat ini.

4. Pengaruh Citra Rumah Sakit, Persepsi Masyarakat dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Memilih Rumah Sakit

Berdasarkan hasil uji hipotesis simultan, menunjukkan hasil bahwa variabel citra rumah sakit, persepsi masyarakat dan *word of mouth* berpengaruh secara positif dan simultan terhadap variabel keputusan memilih rumah sakit. Selain itu, berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen mempunyai nilai persentase sebesar 75,2%

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh citra rumah sakit, persepsi masyarakat dan *word of mouth* terhadap keputusan memilih rumah sakit di RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Citra rumah sakit berpengaruh terhadap keputusan memilih rumah sakit di RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara.
2. Persepsi masyarakat berpengaruh terhadap keputusan memilih rumah sakit di RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara.
3. *Word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan memilih rumah sakit di RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara.
4. Citra rumah sakit, persepsi masyarakat dan *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan memilih rumah sakit di RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Mempertahankan citra, persepsi dan *word of mouth* yang bersifat positif perihal RSUD Hj. Anna Lasmanah Banjarnegara di masyarakat.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jangkauan penelitian yang lebih luas baik penambahan sampel ataupun penambahan variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan memilih rumah sakit.

DAFTAR PUSTAKA

- Bilondatu, Machrani Rinandha. 2013. Motivasi, Persepsi, dan Kepercayaan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Sepeda Motor Yamaha di Minahasa. *Jurnal EMBA*. Vol 1 No 3.
- Diansyah, Ayu Indah Nurmalasari. 2017. Pengaruh Pemasaran Internet dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian dengan Kesadaran Merek sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Journal of Business Studies*. Vol 2 No 1.
- Dinas Kesehatan Kabupaten Banjarnegara. 2020. Profil Kesehatan Kabupaten Banjarnegara Tahun 2019.
- 2021. Profil Kesehatan Kabupaten Banjarnegara Tahun 2020.
- 2022. Profil Kesehatan Kabupaten Banjarnegara Tahun 2021.
- Halimah, Siti. 2018. *Perilaku Tenaga Kerja Wanita (TKW) dalam Mengatasi Kecemasan di PJTKI Citra Catur Utama Karya Ponorogo*. Tugas Akhir Fakultas Ilmu Kesehatan. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Nefrida. 2021. Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Konsumen Memilih Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Budi Mulia Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*. Vol 7 No 1.
- Nuryadin, Afriyana Amelia. 2014. *Analisis Brand Image (Citra Produk) terhadap Loyalitas Pasien di Unit Rawat Inap Rumah Sakit Ibu dan Anak Sitti Khadijah 1 Kota Makassar Tahun 2014*. Tesis Program Studi Kesehatan Masyarakat. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Puspita, Lydia, Endang M Sasmita dan Bida Sari. 2020. Pengaruh Lokasi, Citra Rumah Sakit, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Memilih RSUD Pasar Minggu. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*. Vol 2 No 3.
- Sari, Rindang Lista, Silvy L. Mandey, Agus Supandi Soegoto. 2014. Citra Merek, Harga dan Promosi Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Manado. *Jurnal EMBA*. Vol 2 No 2.
- Schiffman, Leon G., dan Lesli Lazar Kanuk. 2012. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Zoekifli Kasip. Jakarta: PT Indeks.
- Sunyoto, Danang. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Suryani, Ade Nia, Sri Gustini dan Ika Rakhmalina. 2019. Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Konsumen di Sekayu Kabupaten Musi Banyuasin dalam Memilih Jasa Ekspedisi J&T Express. *Jurnal Adminika*. Vol 5 No 2.
- Tim Info Jateng Terkini. 2021. Daftar Rumah Sakit di Banjarnegara Jawa Tengah. Diakses dari www.banjarnegara.infojatengterkini.com/2021/03/25/daftar-rumah-

sakit-di-banjarnegara-jawa-tengah.

Wulan, Leny Ratna. 2017. *Persepsi Peserta Didik SMP N 14 Bandar Lampung dalam Mengenakan Hijab*. Tesis Pendidikan Agama Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Wulanda, Nourma, Zakaria Wahab dan Ahmad Widad. 2019. Pengaruh Harga, *Word of Mouth* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dalam Memilih *Event Organizer* (Studi Kasus di UN Production). *Journal of Management and Business Review*. Vol 16 No 1.

Yunita, Ikha Cahya Mei, Yanuar Jak, Rachmad. 2017. Pengaruh Citra Merek Rumah Sakit Citra Medika Depok Terhadap Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pasien dan Loyalitas Pasien. *Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia*. Vol 1 No 1.

Zamroni. 2013. *Pendidikan Demokrasi Pada Masyarakat Multikultural*. Yogyakarta: Ombak.

Zuhirsyan, Muhammad dan Nurlinda. 2018. Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Al-Amwal*. Vol 10 No 2.