

# *Theory Of Planned Behavior: Aplikasi Pada Konsumen Rumah Sakit*

**Siti Dyah Handayani**

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,  
Email: dyahhandayani2008@yahoo.com

## **ABSTRACT**

The theory of planned behavior proposed by Ajzen states that the factors which influence a person in choosing or not choosing a product include attitude toward behavior, subjective norm, and perceived behavioral control. The main purpose of this research is to apply the theory of planned behavior on the hospitals consumers. It would, first, identify attitude toward behavior of the consumers of hospitals; second, identify the subjective norm and the referent which are mostly influential; third, identify the influence of attitude toward behavior, subjective norm, and perceived behavioral control toward the behavioral intention simultaneously and partially; and fourth, identify the variables that are mostly influential on behavioral intention of hospital services.

The subjects of the research were consumers of PKU Muhammadiyah Hospital of Yogyakarta. The sampling technique employed was purposive convenience sampling, which involved 100 respondents (response rate = 83.33%). The results showed that the attitude toward behavior of the hospital consumers is in the category of medium with the attitude score percentage of 54.8375%. The highest attitude toward behavior score is on the doctors services and the lowest score is on the service rates. Subjective norm is in the category of medium, with the score percentage of 50.666%. The most influential referent is family. These three variables, that is attitude toward behavior, subjective norm and perceived behavioral control positively influence the behavioral intention, either simultaneously or partially. Subjective norm becomes the most influential variable for the behavioral intention on the hospital services.

*Keywords: Theory of planned behavior, attitude toward behavior, subjective norm, perceived behavioral control, behavioral intention.*

## **PENDAHULUAN**

Kemajuan teknologi dan proses globalisasi memicu perubahan pada segala bidang termasuk pada bidang kesehatan khususnya rumah sakit sebagai penyedia layanan kesehatan. Kecenderungan semakin besarnya kepedulian masyarakat akan kesehatan, serta dukungan pemerintah terhadap kesehatan masyarakat memicu perkembangan yang cepat pada bidang ini. Hampir di semua daerah di Indonesia bermunculan rumah sakit baru, rumah sakit lamapun tidak ketinggalan dengan memperbesar sarana fisik dan layanannya. Persaingan pada bidang ini semakin semarak. Kondisi tersebut menjadi peluang sekaligus tantangan bagi manajemen rumah sakit untuk terus menerus membenahi strateginya.

Riset tentang perilaku konsumen dapat memberikan informasi penting pada pihak manajemen rumah sakit. Informasi mengenai perilaku konsumen rumah sakit, proses



mereka memilih layanan dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku mereka dapat membantu mewujudkan *good planning* dan *good strategy*.

Riset di Indonesia tentang perilaku konsumen rumah sakit telah banyak dilakukan, tetapi masih jarang penelitian yang menerapkan *theory of planned behavior* pada konsumen rumah sakit. Dikatakan oleh teori ini bahwa faktor yang mempengaruhi seseorang memilih atau tidak memilih suatu produk (termasuk layanan rumah sakit) dikemukakan oleh Ajzen (1987, 1988) yaitu *attitude toward behavior* (sikap terhadap perilaku), *subjective norm* (norma subyektif) dan *perceived behavioral control* (kontrol perilaku). Studi ini menerapkan *theory of planned behavior* pada konsumen rumah sakit untuk menganalisis seberapa besar ketiga faktor tersebut mempengaruhi *behavioral intention* (minat berperilaku) para konsumen dalam memilih layanan rumah sakit, serta menganalisis faktor yang paling mempengaruhi keputusan tersebut.

Penelitian ini mengambil sampel pada konsumen Rumah Sakit (RS) PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Sebagai rumah sakit swasta, RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta bersaing ketat dengan Rumah Sakit milik pemerintah yaitu RSUD (Rumah Sakit Umum Daerah) dalam menarik minat calon konsumennya. Temuan ini memberikan masukan tentang penilaian konsumen pada RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta serta faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih layanan rumah sakit, selanjutnya membantu manajemen rumah sakit dalam menyusun perencanaan khususnya *marketing plan* dan *marketing strategy*.

Perumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana sikap konsumen pada rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta berdasarkan keyakinan dan evaluasi konsumen terhadap rumah sakit ini?
2. Bagaimana norma subyektif konsumen pada rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta dan siapa referen yang paling berperan dalam norma subyektif tersebut?
3. Bagaimana pengaruh sikap terhadap perilaku, norma subyektif dan kontrol perilaku terhadap minat konsumen memilih layanan rumah sakit?

## KAJIAN TEORI

Sikap dan perilaku merupakan topik yang selalu hangat di bidang pemasaran. Definisi sikap menurut Allport (1935) dalam Basu S (1997), sikap merupakan suasana mental dan naural tentang kesiapan, diorganisir melalui pengalaman, menggunakan pengaruh yang terarah dan dinamis terhadap tanggapan individu pada semua obyek dan situasi yang terkait. Definisi ini masih banyak dipakai karena sifatnya komprehensif. Perilaku didefinisikan oleh Martin dan Pear (1996) dalam Basu S (1997) diartikan sebagai segala sesuatu yang dikatakan atau dilakukan oleh seseorang seperti memakai baju atau mengedipkan mata. Sikap dapat dilihat secara komprehensif sebagai evaluasi terhadap



perilaku (Engel, Blackwell, and Miniard, 1995). Aspek kunci dalam sikap adalah kepercayaan, sedangkan kepercayaan dapat menjadi kontrol bagi perilaku seseorang. Minat berhubungan erat dengan sikap dan perilaku. Minat merupakan salah satu yang memotivasi seseorang untuk berperilaku, sedangkan sikap seseorang menjadi salah satu faktor yang menentukan orang berminat atau tidak berminat.

Beberapa teori tentang sikap, minat, dan perilaku telah dilakukan telaah oleh Ajzen dan Fishbein melalui beberapa tahapan. Teori tersebut pada mulanya dikemukakan oleh Fishbein (1975) yang mengemukakan teori tentang sikap terhadap obyek (*the attitude toward object model*). Sikap ( $A_o$ ) terhadap obyek ( $o$ ) merupakan kombinasi dari keyakinan ( $b$ ) seseorang terhadap atribut ( $i$ ) dan evaluasi ( $e$ ) terhadap atribut ( $i$ ). Model tersebut ditulis dalam formulasi:

$$A_o = \sum b_i x e_i$$

Selanjutnya model ini dikembangkan berdasarkan temuan bahwa sikap berpengaruh terhadap perilaku. Model sikap berperilaku (*attitude toward behavior model*) ditulis dalam formulasi:

$$A_b = \sum b_i x e_i$$

Sikap berperilaku ( $A_b$ ) merupakan kombinasi dari keyakinan bahwa suatu perilaku akan berakibat  $i$  ( $b_i$ ) dan evaluasi terhadap akibat  $i$  yang telah diperkirakan ( $e_i$ ).

Teori Fishbein dikaji secara terus menerus untuk menemukan variabel lain yang mempengaruhi minat berperilaku, yang pada akhirnya mempengaruhi perilaku seseorang. Penyempurnaan dari teori ini dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) dalam *theory of reasoned action*. Menurut teori ini minat berperilaku dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif (SN). Norma subyektif adalah keyakinan normatif tentang referen ( $Nbj$ ) dan motivasi untuk menuruti referen tersebut ( $Mcj$ ). Secara matematis norma subyektif dirumuskan sebagai berikut:

$$SN = \sum Nbj x Mcj$$

Minat seseorang berperilaku tidak hanya ditentukan oleh sikapnya sendiri, tetapi dipengaruhi pula oleh orang lain (kelompok referensi). Teori ini diyakini dapat memprediksi, menjelaskan, dan mempengaruhi perilaku konsumen. Adapun model matematis dari *theory of reasoned action* adalah:

$$B \sim BI = w_1(A_b) + w_2(SN)$$



Dimana: B = perilaku

BI = minat berperilaku

$w_1$  = bobot empiris pada  $A_b$

$A_b$  = sikap terhadap perilaku B

$w_2$  = bobot empiris pada SN

SN = Norma subyektif

*Theory of planned behavior* merupakan penyempurnaan dari *theory of reasoned action*. Dalam teori ini ditambahkan variabel lain yang mempengaruhi minat berperilaku yaitu *perceived behavioral control* (Ajzen; 1988). *Perceived behavioral control* merupakan keadaan yang memudahkan atau menyulitkan seseorang untuk melakukan sesuatu. Variabel ini merupakan variabel yang tidak dapat diantisipasi, merupakan kombinasi dari *control belief* (Pj) dan *access to the control factor* (Cj). *Theory of planned behavior* menyatakan bahwa konsumen akan melakukan suatu tindakan dalam kondisi, diantaranya:

- a. Konsumen memiliki sikap yang positif dan menyukai tindakan tersebut.
- b. Norma sosial menyatakan baik untuk melakukan tindakan tersebut, dan
- c. Angka kontrol perilaku cukup tinggi.

Penerapan *theory of planned behavior* dilakukan dalam beberapa kasus, diantaranya aplikasi teori ini oleh Ajzen and Daigle (2001) memprediksi minat dan perilaku berburu yang merupakan salah satu kegemaran rekreasi *outdoor*. Penelitian tersebut melibatkan responden 395 orang dan menggunakan analisis regresi, menemukan bahwa minat berburu dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku. Ketiga variabel tersebut juga terbukti berkorelasi secara erat dengan minat berperilaku. Hasil temuan ini mendukung *theory of planned behavior*.

Penelitian lain yaitu *theory of planned behavior* aplikasi pada konsumen jasa transportasi oleh Basu S dan Umi K (1999). Penelitian dikhususkan pada konsumen kereta api kelas eksekutif Argolawu jurusan Solo-Jakarta. Penelitian tersebut melibatkan 100 responden. Penelitian tersebut mendeskripsikan profil responden, mengidentifikasi atribut yang digunakan konsumen dalam menilai dan mengevaluasi jasa transportasi kereta api, dan menganalisis pengaruh sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku terhadap minat konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api. Alat analisis menggunakan regresi berganda dan menemukan bahwa secara parsial variabel sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat konsumen memilih jasa transportasi kereta api Argolawu. Hasil uji simultan diperoleh kesimpulan bahwa tiga variabel yaitu sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat konsumen memilih jasa transportasi kereta api



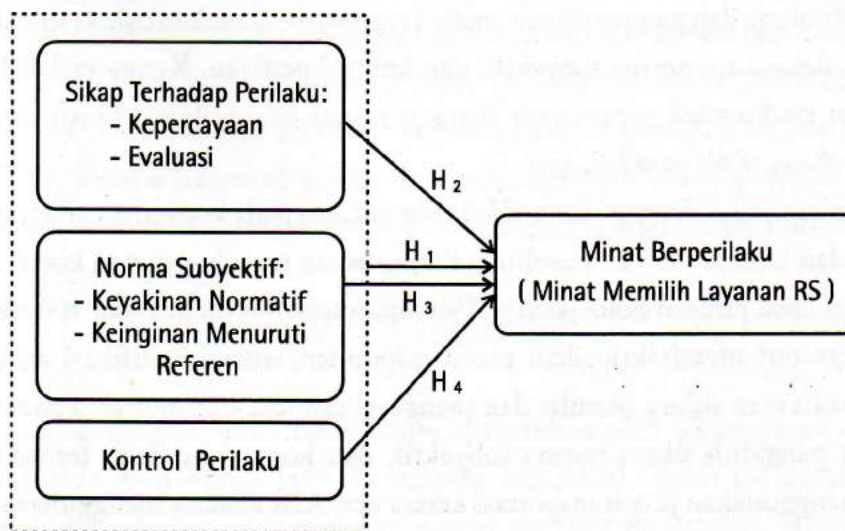
Argolawu. Hasil analisis korelasi diketahui besarnya  $R^2$  adalah 0,294 ini mengindikasikan 29,4% minat dijelaskan oleh tiga variabel yang diteliti. Rendahnya korelasi tersebut mengindikasikan bahwa ada variabel lain di luar tiga variabel yang diteliti yang mempengaruhi minat konsumen memilih jasa transportasi kereta api Argolawu. Variabel tersebut diperkirakan adalah kondisi krisis ekonomi di Indonesia.

## HIPOTESIS

Hipotesis penelitian ini dikembangkan dari *theory of planned behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (1987; 1988), didukung oleh studi empiris yang telah dikemukakan dalam kajian teori. Hipotesis tersebut sebagai berikut:

- $H_1$ : Secara simultan sikap terhadap perilaku, norma subyektif dan kontrol perilaku berpengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen memilih layanan rumah sakit.
- $H_2$ : Secara parsial sikap terhadap perilaku berpengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen memilih layanan rumah sakit.
- $H_3$ : Secara parsial norma subyektif berpengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen memilih layanan rumah sakit.
- $H_4$ : Secara parsial kontrol perilaku berpengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen memilih layanan rumah sakit.

## MODEL PENELITIAN



GAMBAR 1. MODEL PENELITIAN

## METODE PENELITIAN

Obyek penelitian ini adalah layanan RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Subyek penelitian adalah konsumen yang pernah atau sedang mendapatkan layanan di rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive convenience sampling*. Sampel dipilih berdasarkan kriteria usia minimal 17 tahun, sedang mendapatkan layanan atau pernah mendapatkan layanan rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta tidak lebih dari 2 tahun terakhir. Sampel diambil berdasarkan kemudahan dan kedekatan, dan kuesioner didistribusikan di rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 (seratus) responden.

Item-item yang digunakan dalam penelitian untuk mendefinisikan variabel sikap terhadap perilaku, norma subyektif, kontrol perilaku, dan minat berperilaku dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

### 1. Sikap terhadap perilaku

Item-item dalam sikap terhadap perilaku diturunkan dalam 10 faktor yang dipentingkan oleh konsumen memilih layanan rumah sakit. 10 faktor tersebut diperoleh dari survei pendahuluan. 10 item dikembangkan dalam pertanyaan mengenai kepercayaan dan evaluasi, yaitu:

- a. Pelayanan dokter handal (profesional).
- b. Pelayanan perawat handal (profesional).
- c. Kecepatan menangani keluhan pasien.
- d. Keramahan terhadap pasien.
- e. Peralatan medis yang lengkap.
- f. Keyakinan akan kesembuhan.
- g. Tarif pelayanan yang murah.
- h. Ruang pelayanan/perawatan yang nyaman.
- i. Pelayanan administrasi
- j. Tersedia apotik.

### 2. Norma subyektif (SN)

Norma subyektif diturunkan dari sejumlah orang yang diidentifikasi mempengaruhi seseorang dalam membuat keputusan dalam memilih layanan, diantaranya:

- a. Keluarga
- b. Teman
- c. Dokter



TABEL 1. HASIL UJI VALIDITAS

VARIABEL	BUTIR KE	KORELASI	SIGNIFIKANSI	KETERANGAN
Kepercayaan	1	0,692	0,000	Valid
	2	0,757	0,000	Valid
	3	0,686	0,000	Valid
	4	0,747	0,000	Valid
	5	0,735	0,000	Valid
	6	0,428	0,018	Valid
	7	0,340	0,066	Valid
	8	0,652	0,000	Valid
	9	0,609	0,000	Valid
	10	0,674	0,000	Valid
Evaluasi	1	0,583	0,001	Valid
	2	0,777	0,000	Valid
	3	0,630	0,000	Valid
	4	0,783	0,000	Valid
	5	0,675	0,000	Valid
	6	0,486	0,006	Valid
	7	0,357	0,053	Valid
	8	0,654	0,000	Valid
	9	0,630	0,000	Valid
	10	0,645	0,000	Valid
Keyakinan Normatif	1	0,922	0,000	Valid
	2	0,957	0,000	Valid
	3	0,934	0,000	Valid
Keinginan Menuruti Referen	1	0,940	0,000	Valid
	2	0,939	0,000	Valid
	3	0,912	0,000	Valid
Kontrol Perilaku	1	0,890	0,000	Valid
	2	0,809	0,000	Valid
Minat Konsumen	1	0,962	0,000	Valid
	2	0,961	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah

TABEL 2. HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL PENELITIAN

NO	VARIABEL	JUMLAH BUTIR	KOEFISIEN ALPHA	KETERANGAN
1	Kepercayaan Jasa Layanan	10	0,7562	Reliabel
2	Evaluasi Jasa Layanan	10	0,7551	Reliabel
3	Keyakinan Normatif	3	0,8728	Reliabel
4	Keinginan Menuruti Referen	3	0,8716	Reliabel
5	Kontrol Perilaku	2	0,8642	Reliabel
6	Minat Konsumen	2	0,9224	Reliabel

Sumber: Data Diolah



### 3. Kontrol perilaku

Kontrol perilaku merupakan faktor lain yang mempengaruhi minat berperilaku yang tidak diantisipasi namun memiliki pengaruh yang kuat. Dalam model ini kontrol perilaku yang digunakan:

- a. Kondisi keuangan konsumen.
- b. Kemudahan transportasi menuju lokasi rumah sakit.

### 4. Minat Berperilaku Konsumen

Variabel minat konsumen diturunkan dalam item tentang:

- a. Sebagai pilihan utama bila memerlukan layanan rumah sakit.
- b. Lebih menyukai layanan rumah sakit ini dibandingkan rumah sakit yang lain.

Butir-butir jawaban dalam kuesioner diberi bobot menggunakan skala likert 1-5. Seluruh pertanyaan yang diajukan adalah *positif statement*, jawaban "sangat setuju" diberi skor 5, jawaban "setuju" diberi skor 4, jawaban "netral" diberi skor 3, jawaban "tidak setuju" diberi skor 2 dan jawaban "sangat tidak setuju" diberi skor 1.

## HASIL UJI KUALITAS INSTRUMEN

Agar data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner valid dan reliabel, maka dilakukan uji coba instrumen, dan hasilnya sebagai berikut:

1. Uji Validitas, adalah pengujian dengan tujuan menguji ketepatan dalam penggunaan alat ukur penelitian. Pengujian ini untuk melihat korelasi antar skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor faktor dengan teknik korelasi *product moment* dari Pearson. Butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai korelasi  $> 0,300$ . Dikatakan tidak valid jika nilai korelasinya  $\leq 0,300$ . Hasil pengujian validitas tersebut terlihat pada Tabel 1. Hasil pengujian menunjukkan seluruh butir pertanyaan adalah valid, sehingga kuesioner penelitian ini layak digunakan sebagai instrumen penelitian.
2. Uji Reliabilitas, merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana stabilitas dan konsistensi dari alat ukur yang digunakan, sehingga mendapatkan hasil yang relatif stabil jika pengukuran tersebut diulangi. Teknik yang digunakan dengan koefisien *Alpha Cronbach* (reliabel bila *Alpha Cronbach e*  $> 0,60$ ). Adapun hasil pengujian reliabilitas dari 6 variabel dalam penelitian dapat dilihat pada Tabel 2. Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian reliabel dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.



## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Analisis Sikap Konsumen Terhadap Layanan RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta

Analisis sikap terhadap perilaku konsumen dalam penelitian ini menggunakan 10 atribut. Perhitungan skor sikap dengan cara mengalikan keyakinan responden dan evaluasi responden dari masing masing atribut. Hasil perhitungan skor sikap pada masing-masing atribut ditunjukkan dalam Tabel 3.

Hasil penjumlahan skor sikap dari seluruh responden sebesar  $Ab = 13.161$  seperti terlihat pada tabel 3 di atas. Untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap layanan di PKU Muhammadiyah Yogyakarta adalah dengan membandingkan total skor hasil penelitian dengan skor minimal dan skor maksimalnya.

TABEL 3. RANKING SKOR SIKAP 10 ATRIBUT

RANKING	ATRIBUT	SKOR
I	Layanan Dokter	1.516
II	Ketersediaan Apotik	1.491
III	Peralatan Medis	1.428
IV	Keyakinan Akan Kesembuhan	1.374
V	Layanan Perawat	1.334
VI	Keramahan Personil	1.304
VII	Layanan Administrasi	1.285
VIII	Kecepatan dalam menangani keluhan pasien	1.282
IX	Ruang Layanan dan Perawatan	1.215
X	Tarip Layanan	932
Total		13.161

Sumber: Data Diolah

Skor minimal =  $(1 \times 1 \times 10 \text{ atribut} \times 100 \text{ responden}) = 1.000$

Skor maksimal =  $(5 \times 5 \times 10 \text{ atribut} \times 100 \text{ responden}) = 25.000$

Skor sikap hasil penelitian dalam prosentase sebesar:

$13.161 : (25.000 - 1.000) \times 100\% = 54,8375\%$

Angka tersebut menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap layanan di rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta dalam kategori biasa. Hal ini diperlihatkan dari prosentase yang mendekati angka 50%.

### Analisis Norma Subyektif Konsumen

Norma subyektif adalah keyakinan normatif tentang referen (Nbj) dan motivasi untuk menuruti referen tersebut (Mcj). Norma subyektif diturunkan dari sejumlah orang yang diidentifikasi mempengaruhi seseorang dalam membuat keputusan dalam memilih



layanan, diantaranya: keluarga, teman, dokter. Hasil perhitungan skor norma subyektif terlihat pada Tabel 4 berikut ini:

TABEL 4. RANKING SKOR NORMA SUBYEKTIF

RANKING	REFEREN	SKOR
I	Keluarga	1.254
II	Dokter	1.233
III	Teman	1.161
Total		3.648

Sumber: Data Diolah

Data Tabel 4 menunjukkan bahwa yang paling mempengaruhi seorang konsumen untuk memilih layanan rumah sakit adalah keluarga. Total norma subyektif sebesar 3.648 akan dibandingkan dengan skor minimal dan skor maksimal yaitu:

$$\text{Skor minimal} = (1 \times 1 \times 3 \text{ referen} \times 100 \text{ responden}) = 300.$$

$$\text{Skor maksimal} = (5 \times 5 \times 3 \text{ referen} \times 100 \text{ responden}) = 7500.$$

Prosentase skor norma subyektif konsumen sebesar:

$$3.648 : (7500 - 300) \times 100\% = 50,666\%$$

Dari perhitungan di atas terlihat bahwa norma subyektif konsumen yang dipengaruhi oleh 3 referen yaitu keluarga, teman, dan dokter dalam kategori biasa (tidak terlalu tinggi) karena mendekati angka 50%. Hal ini menunjukkan bahwa faktor lain termasuk faktor pribadi juga menentukan pemilihan seseorang terhadap layanan rumah sakit.

### Hasil Analisis Regresi Berganda dan Uji t

Analisis regresi berganda ini untuk menganalisis pengaruh sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku terhadap minat konsumen memilih layanan rumah sakit. Hasil analisis dapat dilihat pada Tabel 5.

TABEL 5. HASIL ANALISIS REGRESI BERGANDA DAN UJI T

MODEL	STANDARDIZED COEFFICIENTS BETA	t	Sig.
Sikap Konsumen	0.320	3.633	0.000
Norma Subyektif	0.468	5.375	0.000
Total Kontrol Perilaku	0.160	2.442	0.016

Sumber: Data Diolah

Konstanta yang ditampilkan pada Tabel 5 menunjukkan bahwa selain tiga variabel yang diteliti yaitu sikap konsumen, norma subyektif, dan kontrol perilaku masih ada faktor lain yang mempengaruhi minat seseorang dalam memilih layanan rumah sakit.

Pengaruh masing-masing variabel terhadap minat berperilaku konsumen ditunjukkan



oleh nilai standardized coefficient. Dapat dianalisis bahwa dari ketiga koefisien, maka secara berturut-turut yang berpengaruh terhadap minat berperilaku konsumen adalah: (1) norma subyektif, (2) sikap terhadap perilaku, dan (3) kontrol perilaku. Ketiga variabel yang diteliti menunjukkan pengaruh yang positif terhadap minat berperilaku konsumen dalam memilih layanan rumah sakit.

### Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F / Analysis of Variance / ANOVA)

Uji F ini digunakan untuk menguji hipotesis pertama penelitian yang menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku berpengaruh secara simultan terhadap minat konsumen memilih layanan rumah sakit. Hasil pengujian tersebut terlihat pada tabel 6 berikut ini:

TABEL 6. HASIL UJI F (ANOVA)

MODEL	F HITUNG	SIG.
Regresi	69.202	0.000

Sumber: Data Diolah

Hasil pengujian menunjukkan bahwa tingkat signifikansi pengujian sebesar 0,000 artinya ketiga variabel yang diteliti berpengaruh secara simultan terhadap minat konsumen memilih layanan rumah sakit, sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini dapat diterima.

### Hasil Uji Pengaruh parsial (Uji t)

Uji t ini digunakan untuk menguji hipotesis kedua sampai dengan hipotesis keempat yang menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku berpengaruh secara parsial terhadap minat konsumen memilih layanan rumah sakit. Hasil pengujian dapat dilihat dalam tabel 5 dan dapat diartikan bahwa:

1. Secara parsial sikap terhadap perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat memilih layanan rumah sakit, hal ini diperlihatkan dari signifikansi pengujian sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05), sehingga hipotesis kedua penelitian ini dapat diterima.
2. Secara parsial norma subyektif berpengaruh signifikan terhadap minat memilih layanan rumah sakit, hal ini diperlihatkan dari signifikansi pengujian sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05), sehingga hipotesis ketiga penelitian ini dapat diterima.
3. Secara parsial kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat memilih layanan rumah sakit, hal ini diperlihatkan dari signifikansi pengujian sebesar 0,016 (lebih kecil dari 0,05), sehingga hipotesis keempat penelitian ini dapat diterima.



### Analisis Koefisien Determinasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar/kuat kemampuan ketiga variabel independent secara bersama-sama yaitu sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku menjelaskan variabel dependennya yaitu minat memilih layanan rumah sakit. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,674. Angka tersebut dapat diartikan bahwa secara bersama-sama sikap konsumen, norma subyektif, dan kontrol perilaku mampu menjelaskan minat berperilaku konsumen dalam memilih layanan rumah sakit sebesar 67,4%, adapun sisanya yaitu 32,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian. Ketiga variabel independen yang diteliti cukup mampu menjadi penjelas bagi minat berperilaku konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung temuan dari Ajzen (1987; 1988) dalam Theory of Planned Behavior. Teori tersebut mengatakan bahwa ada tiga faktor yang berpengaruh terhadap minat seseorang yaitu sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku. Aplikasi teori ini ke dalam layanan rumah sakit memberikan hasil yang sama.

### SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Sikap konsumen pada rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta masuk dalam kategori biasa, terlihat dari prosentase skor sikap sebesar 54,8375% tidak jauh dari angka 50%. Skor sikap tertinggi pada layanan dokter dan skor sikap terendah pada tarip layanan.
2. Norma subyektif konsumen dengan tiga referen yang diteliti yaitu: keluarga, teman, dan dokter, menunjukkan prosentase skor yang juga dalam kategori biasa yaitu 50,666%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh tiga referen tersebut tidak mendominasi keputusan seseorang memilih layanan rumah sakit. Dari tiga referen yang paling berperan adalah keluarga.
3. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan pengaruh positif dari ketiga variabel yang diteliti yaitu: sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku terhadap minat memilih layanan rumah sakit. Secara simultan ketiga variabel berpengaruh secara signifikan terhadap minat berperilaku. Secara parsial ketiga variabel masing-masing secara signifikan berpengaruh terhadap minat memilih layanan rumah sakit. Diantara ketiga variabel tersebut yang paling berpengaruh adalah norma subyektif.

Hasil penelitian ini memberikan beberapa saran bagi RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta dan rumah sakit lain pada umumnya, sebagai berikut:

1. Bagi RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta, perlu memperhatikan tarip layanan. Terlihat pada variabel sikap, atribut ini menunjukkan skor terendah. Mengingat



persaingan pada jasa rumah sakit sudah sangat ketat dan daya beli masyarakat yang menurun, maka tarip menjadi satu faktor penting bagi konsumen bila akan memilih layanan rumah sakit.

2. Sikap konsumen, norma subyektif, dan kontrol perilaku terbukti signifikan mempengaruhi minat konsumen memilih layanan rumah sakit. Untuk itu rumah sakit hendaknya berupaya meningkatkan sikap konsumen terhadap layanannya, dengan cara meningkatkan kinerja atribut yang dianggap penting oleh konsumen, diantaranya adalah 10 atribut yang terdapat dalam penelitian ini. Selain itu peran referen juga penting, diantaranya keluarga, dokter, dan teman. Rumah sakit perlu memberikan kepuasan kepada konsumennya agar merekomendasikan rumah sakit tersebut kepada anggota keluarga maupun temannya. Selain itu perlu memberikan kepuasan pula kepada konsumen internalnya yaitu para dokter, agar menyarankan pasiennya untuk memilih layanan rumah sakit tersebut.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, diantaranya jumlah sampel yang hanya 100 responden, obyek penelitian yang hanya terfokus di satu rumah sakit, teknik pengambilan sampel menggunakan convenience sampling belum bisa merepresentasikan seluruh pasien yang ada. Mengingat tema ini penting dan menarik, maka keterbatasan penelitian ini membuka peluang bagi pengembangan penelitian dengan topik yang sama pada penelitian yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., (1988), *Attitudes, Personality, and Behavior*, Milton Keynes, Open University Press.
- Ajzen, I. and M. Fishbein, (1980), *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Englewood, NJ, Prentice Hall, Inc.
- Ajzen, I., (1987), "Attitudes, Traits and Actions: Dispositional Prediction of Behavior in Personality and Social Psychology". in L. Berkowitz (Ed), *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, San Diego, CA, Academic Press, hal 1-63.
- Basu Swastha Dharmestha dan U. Khasanah, (1999), "Theory of Planned Behavior: an Application to Transport Service Consumers", *Gadjah Mada Journal of Business*, Vol 1, hal 83-96.
- Basu Swastha Dharmestha, (1997), "Keputusan-Keputusan Strategik untuk Mengeksploitasi Sikap dan Perilaku Konsumen", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol 12, hal 1-17.
- Basu Swastha Dharmestha, (1998), "Theory of Planned Behavior dalam Penelitian Sikap, Niat dan Perilaku Konsumen", *KELOLA Gadjah Mada University Business Review*, VIII, hal 85-108.
- Engel, J.E, R.D. Blackwell, and P.W. Miniard, (1995), *Consumer Behavior*, 8th ed, Forth Worth, The Dryden Press.
- Fishbein, M. and I. Ajzen, (1975), *Belief, Attitude, Intention and Behavior, An Introduction to Theory and Research*, Reading M.A., Addison Wesley.