

**THE INFLUENCE OF CULTURAL, SOCIAL, PERSONAL AND PSYCHOLOGICAL FACTORS ON THE
PATIENT DECISION PROCESS TO UPGRADE THE INPATIENT CLASS
AT GENERAL HOSPITAL BUNDA BMC PADANG**

Intan Kamala Aisyiah¹, Ratni Prima Lita², Ida Rahmah Burhan³

^{1,2&3}Universitas Andalas

Email: intan_kamala@yahoo.com^{1*}, ratni31@yahoo.com², idaburhan1973@gmail.com³

ABSTRACT

In the era of National Health Insurance, inpatient installation is one of the hospital's potential revenue centers that are expected to support the hospital revenue. The patient as the consumer is the control holder when buying a health service. When the patient decides to upgrade the inpatient class, of course, there are many things that they should consider because in choosing a purchase, the consumers have different actions according to the characteristics of consumers. This research aims to analyze the influence of cultural factors, social factors, personal factors and psychological factors on the patient decision process to upgrade the inpatient class at General Hospital Bunda BMC Padang. In this research, the sample is the consumer who decided to upgrade the inpatient class at General Hospital Bunda BMC Padang in 2019 period. The data collection method uses a questionnaire method that has distributed to 100 respondents. For the data analysis technique, the researcher uses multiple linear regression analysis, t-test and the coefficient determination using SPSS Version 16. The hypothesis test result using t-test shows us that H1, H2, H3, and H4 have accepted, it means that the variable of cultural factors, social factors, personal factors, and psychological factors have significant influence on the patient decision process to upgrade the inpatient class. The coefficient determination is 60.6%. These four variables influence the dependent variable as much as 60.6%, while 39.4% is influenced by other variables that do not discuss in this research.

Keywords: *Consumer Behaviour, Purchase Decision Process, Inpatient, Hospital*

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS TERHADAP PROSES
KEPUTUSAN PASIEN NAIK KELAS RAWAT INAP DI RSU BUNDA BMC PADANG**

ABSTRAK

Di era Jaminan Kesehatan Nasional, instalasi rawat inap merupakan salah satu *potential revenue center* bagi rumah sakit yang diharapkan dapat mendukung pendapatan rumah sakit. Pasien selaku konsumen adalah pemegang kendali dalam menentukan pembelian suatu layanan kesehatan. Pada saat pasien mengambil keputusan untuk naik kelas rawat inap, tentu akan ada banyak hal yang dipertimbangkan karena dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen memiliki perilaku yang berbeda-beda sesuai dengan karakteristik konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap proses keputusan pasien naik kelas rawat inap di RSU Bunda BMC Padang. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengambil keputusan naik kelas rawat inap di RSU Bunda BMC Padang periode tahun 2019. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket yang disebarkan kepada 100 orang responden. Teknik analisa data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda, uji t, dan koefisien determinasi dengan pemanfaatan program SPSS Versi 16. Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t, disimpulkan H1, H2, H3, dan H4 diterima, menunjukkan bahwa variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis memiliki pengaruh terhadap proses keputusan pasien naik kelas rawat inap. Koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah 60,6%. Keempat variabel ini mempengaruhi variabel dependen sebesar 60,6%, sedangkan 39,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Proses Keputusan Pembelian, Rawat Inap, Rumah Sakit

PENDAHULUAN

Kesadaran masyarakat Indonesia terhadap kesehatan semakin meningkat, hal tersebut didorong oleh adanya kewajiban kepesertaan jaminan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Jaminan Kesehatan Nasional merupakan salah satu bentuk perlindungan sosial yang diselenggarakan negara untuk menjamin seluruh rakyat agar dapat memenuhi kebutuhan dasar hidupnya yang layak yang dilaksanakan melalui Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial (BPJS) (Depkes, 2004).

Kehadiran program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) yang diselenggarakan oleh BPJS Kesehatan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat. Hal tersebut dilihat dari jumlah peserta serta angka pemanfaatan yang terus meningkat sejak diimplementasikan. Pada tahun 2017, jumlah peserta JKN mencakup 72,9% dari total penduduk Indonesia kemudian tahun 2018 mencapai 75,1%, dan pada awal tahun 2019 tercatat jumlah peserta program JKN telah mencapai 216 juta jiwa atau mencakup 82% dari total penduduk Indonesia. Angka ini terus bergerak naik secara signifikan, hingga nanti diharapkan mampu menjamin seluruh rakyat Indonesia (BPJS Kesehatan, 2019).

Penyelenggaraan pelayanan kesehatan di era Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) meliputi semua fasilitas kesehatan yang bekerja sama dengan BPJS Kesehatan berupa Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) dan Fasilitas Kesehatan Rujukan Tingkat Lanjutan (FKRTL). Adanya kewajiban menjadi peserta JKN dan banyaknya penyelenggaraan kesehatan yang bekerjasama dengan BPJS, tentu akan memudahkan masyarakat yang ingin menggunakan fasilitas kesehatan (Kemenkes, 2014).

Sejalan dengan jumlah peserta program JKN yang meningkat, angka pemanfaatan pelayanan kesehatan khususnya pelayanan rawat inap di Fasilitas Kesehatan Rujukan Tingkat Lanjutan (FKRTL) juga terus meningkat. Berdasarkan data dan informasi yang terdapat pada Profil Kesehatan Indonesia Tahun 2017, jumlah pemanfaatan rawat inap oleh peserta JKN mencapai 8,7 juta jiwa. Di Sumatera Barat, jumlah kunjungan pemanfaatan rawat inap tahun 2017 sebesar 563.605 jiwa dan jumlah total kunjungan rawat inap di Rumah Sakit Kota Padang Tahun 2017 sebanyak 105.803 jiwa dengan cakupan kunjungan rawat inap sebesar 11,47% dan pada tahun 2018 sebanyak 118.477 orang dengan cakupan kunjungan rawat inap sebesar 12,7%. Dari data diatas, terlihat bahwa instalasi rawat inap di era JKN merupakan salah satu *potential revenue center* bagi rumah sakit yang diharapkan dapat mendukung pendapatan rumah sakit (Arianto, 2011).

Sebagai peserta program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) hampir semua pelayanan rawat jalan dan rawat inap ditanggung oleh BPJS Kesehatan. Layanan kesehatan tersebut dijamin, asalkan peserta yang bersangkutan mengikuti prosedur yang telah ditentukan. Untuk pelayanan rawat inap, BPJS Kesehatan dapat menanggung pelayanan kesehatan peserta hingga maksimal di kelas I (satu). Namun, program JKN tidak melarang peserta yang ingin naik kelas untuk mendapatkan pelayanan rawat inap kelas VIP (BPJS, 2016).

Sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 51 Tahun 2018 mengenai ketentuan urun biaya dan selisih biaya program JKN yang diundangkan sejak 17 Desember 2018. Dalam permenkes tersebut tidak ada larangan bagi peserta JKN dalam hal peningkatan hak kelas rawat inap di rumah sakit. Meski demikian, ada konsekuensi pembayaran selisih biaya yang harus ditanggung oleh peserta JKN yang bersangkutan. Naik kelas rawat inap tersebut hanya dapat dilakukan satu tingkat lebih tinggi dari kelas yang menjadi hak kelas peserta dan pembayaran selisih biayanya dapat dilakukan secara mandiri oleh peserta, pemberi kerja, atau melalui asuransi kesehatan tambahan. Dalam hal pembiayaan, untuk peningkatan kelas rawat inap dari kelas 3 ke kelas 2 dan dari kelas 2 ke kelas 1, maka peserta harus membayar selisih biaya antara tarif INA CBG's antar kelas. Sedangkan peningkatan kelas rawat inap dari kelas 1 ke kelas di atasnya, seperti VIP, maka peserta yang bersangkutan harus membayar selisih biaya paling banyak 75% dari tarif INA CBG's kelas 1. Ketentuan tersebut dikecualikan bagi peserta PBI Jaminan Kesehatan, peserta yang didaftarkan oleh Pemerintah Daerah sebagaimana dimaksud dalam peraturan perundang-undangan dan peserta pekerja penerima upah yang mengalami pemutusan hubungan kerja dan anggota keluarganya (Kemenkes, 2018).

Meskipun saat ini terdapat peraturan yang mengatur pasien tidak boleh sembarangan naik kelas, yaitu sebelumnya untuk rawat inap pasien boleh bebas naik kelas di tingkat berapa pun, kemudian bayar selisih mahal, sekarang peserta hanya boleh minta naik kelas 1 tingkat. Tentu saja naik kelas perawatan bukanlah hal yang baru di era JKN, demi mendapatkan pelayanan terbaik saat berobat di rumah sakit peserta JKN rela naik kelas dari kepesertaan aslinya dan mereka mau membayar selisih yang sudah ditentukan sesuai peraturan (BPJS, 2016).

Salah satu penyelenggara kesehatan di Kota Padang adalah Rumah Sakit Umum Bunda BMC, yang merupakan rumah sakit swasta tipe C yang berkapasitas 126 tempat tidur. RSUD Bunda BMC Padang mulai bekerjasama dengan BPJS Kesehatan pada September 2016. Dengan nilai *Bed Occupancy Rate* (BOR) pada tahun 2016 sebesar 39%, 2017 sebesar 66,09% dan tahun 2018 sebesar 80,36%, maka terlihat dalam era JKN ini terjadi kecenderungan peningkatan angka kunjungan rawat inap di RSUD Bunda BMC Padang dibandingkan tahun sebelumnya. Oleh karena setiap tahun instalasi rawat inap memberikan kontribusi yang cukup signifikan bagi rumah sakit maka pengelolaannya harus dilakukan secara serius (RSU Bunda BMC, 2018).

Berdasarkan hasil survei awal dengan telaah dokumen laporan tahunan RSUD Bunda BMC tahun 2018, diketahui bahwa jumlah total pasien rawat inap pada tahun 2018 yang memanfaatkan fasilitas naik kelas rawat inap adalah sebanyak 377 orang. Pasien selaku konsumen adalah pemegang kendali dalam menentukan

pembelian suatu layanan kesehatan. Pada saat pasien mengambil keputusan untuk naik kelas rawat inap, tentu akan ada banyak hal yang dipertimbangkan karena dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen memiliki perilaku yang berbeda-beda sesuai dengan karakteristik konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2017), proses keputusan konsumen dalam membeli sangat dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aminuddin dan Susanto (2013), Setiawan dan Ulil (2017), Andespa (2017), Friantoro dan Endra (2016) ditemukan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian produk barang atau jasa. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara pada survei awal yang peneliti lakukan, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pasien naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC. Diantaranya adalah karena ingin mendapatkan pelayanan yang lebih baik dan pasien sudah terbiasa dirawat inap dengan kamar sendiri, tidak digabung dengan pasien lainnya. Pandangan tersebut berkembang bahkan menjadi budaya ditengah-tengah masyarakat. Faktor lainnya adalah terkait dengan kondisi sosial seseorang. Pada umumnya pasien berada pada kondisi sosial yang mendukung untuk naik kelas rawat inap. Banyaknya pasien yang bergantung pada pengalaman sebelumnya serta rekomendasi dari teman-teman dan keluarga menjadi bahan pertimbangannya untuk memilih naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC Padang. Temuan ini konsisten dengan penelitian Mosadeghrad (2014) dan Pabalkar (2019) yang menyatakan referensi oleh teman dan kerabat memainkan peranan penting dalam mempengaruhi keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan. Faktor pribadi juga dapat mempengaruhi keputusan pasien yakni berkaitan dengan pekerjaan dan penghasilan seseorang. Oleh karena seseorang memiliki kemampuan keuangan yang baik, maka orang tersebut akan memilih keputusan pembelian sesuai dengan keinginannya yang termasuk dalam hal ini memilih untuk naik kelas di rumah sakit. Selain itu, faktor psikologis juga menjadi dasar bagi seseorang dalam mengambil keputusan dengan melihat motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikapnya terhadap layanan kesehatan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini faktor-faktor tersebut akan digunakan sebagai variabel yang mempengaruhi proses keputusan pembelian yang dalam hal ini adalah proses keputusan untuk naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC Padang. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap proses keputusan pasien naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC Padang”

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan. Dalam hal ini, perilaku konsumen melibatkan pemikiran dan perasaan yang mereka alami serta tindakan yang mereka lakukan dalam proses konsumsi (Peter dan Olson, 2013).

Sangadji dan Sopiah (2013) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai suatu disiplin ilmu yang mempelajari perilaku individu, kelompok, atau organisasi dan proses-proses yang digunakan konsumen untuk menyeleksi, menggunakan produk, pelayanan, pengalaman (ide) untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, dan dampak dari proses-proses tersebut pada konsumen dan masyarakat.

Dari pengertian perilaku konsumen diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan konsumen dalam rangka mencapai dan memenuhi kebutuhannya baik untuk menggunakan, mengkonsumsi, maupun menghabiskan barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan yang menyusul.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2017) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Sebagian faktor-faktor tersebut tidak diperhatikan oleh pemasar tetapi sebenarnya harus diperhitungkan untuk mengetahui seberapa jauh faktor-faktor perilaku konsumen tersebut mempengaruhi pembelian konsumen.

Faktor Budaya

Shciffman dan Kanuk (2013) mendefinisikan budaya sebagai keseluruhan kepercayaan, nilai-nilai, dan kebiasaan yang dipelajari oleh anggota masyarakat yang membantu mengarahkan perilaku konsumen. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar. Faktor-faktor budaya tersebut dapat menjadi pengaruh yang paling luas dan paling dalam. Adapun indikator faktor budaya menurut Kotler dan Keller (2017) adalah (1) Subbudaya, (2) Kelas Sosial.

Faktor Sosial

Shciffman dan Kanuk (2013) mengemukakan bahwa faktor sosial merupakan interaksi di masyarakat yang memberikan pengaruh. Adapun indikator faktor sosial menurut Kotler dan Keller (2017) adalah: (1) Kelompok Referensi, (2) Keluarga, (3) Peran dan Status.

Faktor Pribadi

Menurut Shciffman dan Kanuk (2013) karakteristik pribadi menjadi faktor penentu dalam pembelian suatu produk atau merek. Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Indikator dari faktor pribadi menurut Kotler dan Keller (2017) adalah (1) Usia dan Tahap Siklus Hidup, (2) Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi, (3) Gaya Hidup, (4) Kepribadian dan Konsep Diri.

Faktor Psikologis

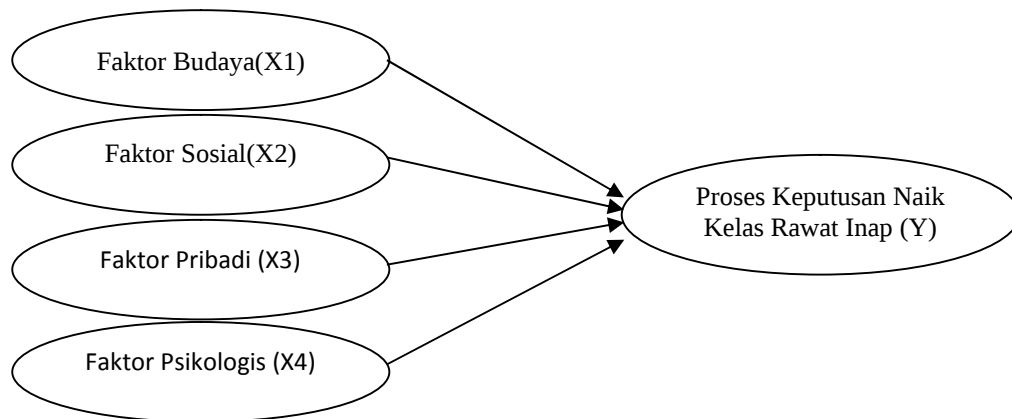
Shciffman dan Kanuk (2013) menyatakan bahwa karakteristik psikologis merujuk ke sifat-sifat diri atau hakiki konsumen perorangan. Menurut Kotler dan Keller (2017), pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama, yaitu: (1) Motivasi, (2) Persepsi, (3) Pembelajaran, (4) Keyakinan dan Sikap.

Proses Keputusan Pembelian

Menurut Shciffman dan Kanuk (2013), proses keputusan pembelian yaitu tahapan pemilihan suatu tindakan dari alternatif pilihan yang ada (Shciffman dan Kanuk, 2013). Kotler dan Keller (2017) mengemukakan bahwa ada lima indikator yang digunakan konsumen dalam tahapan proses pengambilan keputusan pembelian yaitu: (1) Pengenalan masalah, (2) Pencarian informasi, (3) Evaluasi alternatif, (4) Keputusan pembelian, (5) Perilaku Pascapembelian.

Kerangka Konsep

Berdasarkan latar belakang dan tinjauan pustaka yang telah dijelaskan sebelumnya, maka disusunlah kerangka konsep penelitian sebagai berikut :



Sumber : Data Olahan, 2019

Gambar 1. Kerangka Konsep

Kerangka konsep menggambarkan hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X). Dalam hal ini adalah Faktor Budaya (X1), Faktor Sosial (X2), Faktor Pribadi (X3), dan Faktor Psikologis (X4), terhadap variabel dependen yaitu Proses Keputusan Naik Kelas Rawat Inap (Y).

Pengembangan Hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis diantara dua atau lebih variabel yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji. Dari pendapat tersebut dapat dikatakan bahwa hipotesis sebagai dugaan sementara mengenai hubungan variabel yang akan diuji kebenarannya (Sekaran dan Bougie, 2016).

Dalam penelitian ini terdapat lima variabel yang dikemukakan. Empat variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Serta variabel dependen pada penelitian ini adalah proses keputusan pembelian yakni proses keputusan naik kelas rawat inap.

Pengaruh Faktor Budaya terhadap Proses Keputusan Pembelian

Budaya mempengaruhi perilaku konsumen yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan dan tradisi dalam permintaan akan barang dan jasa yang ditawarkan (Sangadji dan Sopiha, 2013). Subbudaya dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian dan menjadi faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang paling mendasar (Kotler dan Keller, 2017). Aminuddin dan Susanto (2013) menemukan hasil pengaruh positif faktor budaya terhadap keputusan memilih dalam penelitiannya. Penelitian lain juga mengatakan bahwa semakin besar pengaruh faktor budaya maka semakin besar peluang konsumen untuk melakukan pembelian. Sebaliknya

semakin kecil pengaruh faktor budaya, semakin kecil kesempatan konsumen memutuskan untuk membeli (Setiawan dan Ulil, 2017). Ditambah lagi dengan penelitian yang dilakukan oleh Andespa (2017), Friantoro dan Endra (2016), yang menyatakan bahwa faktor budaya berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian produk barang atau jasa. Dengan berlandaskan kepada penelitian-penelitian terdahulu dapat ditarik hipotesis pertama, yaitu:

H₁: Faktor budaya berpengaruh terhadap proses keputusan naik kelas rawat inap.

Pengaruh Faktor Sosial terhadap Proses Keputusan Pembelian

Setiap manusia dalam kehidupan sehari-harinya selalu bersosialisasi atau berhubungan dengan orang lain. Baik secara langsung maupun tidak langsung. Interaksi yang terjadi secara terus menerus dapat mempengaruhi perilaku pembeliannya. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial yang meliputi kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial (Kotler dan Keller, 2017). Aminuddin dan Susanto (2013) menemukan hasil pengaruh positif faktor sosial terhadap keputusan memilih dalam penelitiannya. Penelitian lain juga mengatakan semakin besar faktor sosial yang dirasakan, maka akan semakin besar kesempatan konsumen untuk melakukan pembelian, dan sebaliknya (Setiawan dan Ulil, 2017). Penelitian lain Andespa (2017), Friantoro dan Endra (2016), juga menyatakan bahwa faktor sosial berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian produk barang atau jasa. Dari hasil penelitian-penelitian diatas dapat ditarik hipotesis 2, yaitu:

H₂: Faktor sosial berpengaruh terhadap proses keputusan naik kelas rawat inap.

Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Proses Keputusan Pembelian

Kepribadian merupakan ciri bawaan manusia yang khas dan menghasilkan tanggapan yang relative tetap dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Umur dan tahapan dari siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri dari seorang konsumen akan mempengaruhi perilakunya dalam proses keputusan pembelian (Kotler dan Keller, 2017). Aminuddin dan Susanto (2013) menemukan hasil pengaruh positif faktor pribadi terhadap keputusan memilih dalam penelitiannya. Penelitian lain juga mengatakan semakin tinggi faktor pribadi yang dirasakan oleh konsumen, maka akan semakin tinggi dan semakin baik pengaruh dan kesempatan konsumen untuk melakukan pembelian, sebaliknya apabila pengaruh yang diberikan semakin kecil maka semakin kecil pula kesempatan konsumen melakukan pembelian (Setiawan dan Ulil, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Andespa (2017), Friantoro dan Endra (2016), juga menemukan hal sama bahwa menyatakan bahwa faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk barang atau jasa. Dari hasil penelitian-penelitian diatas dapat ditarik hipotesis 3, yaitu:

H₃: Faktor pribadi berpengaruh terhadap proses keputusan naik kelas rawat inap.

Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Proses Keputusan Pembelian

Faktor psikologis adalah salah satu faktor yang timbul dari dalam diri konsumen yang sangat mempengaruhi proses keputusan pembelian. Faktor psikologis menentukan bagaimana individu menerima dan berinteraksi dengan lingkungannya dan berpengaruh pada keputusan yang diambil konsumen. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap (Kotler dan Keller, 2017). Aminuddin dan Susanto (2013) menemukan hasil pengaruh positif faktor psikologis terhadap keputusan memilih dalam penelitiannya. Penelitian lainnya yang dilakukan Ghoni (2012) juga menemukan hal yang serupa yaitu pengaruh yang signifikan antar faktor psikologis dengan keputusan pembelian. Maka dari penelitian-penelitian sebelumnya dapat ditarik hipotesis 4, yaitu:

H₄: Faktor psikologis berpengaruh terhadap proses keputusan naik kelas rawat inap.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di RSUD Bunda BMC Kota Padang. Kegiatan penelitian dimulai sejak bulan Januari sampai dengan bulan September 2019.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sekaran dan Bougie, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah semua pasien JKN yang menggunakan fasilitas kesehatan rawat inap di RSUD Bunda BMC Padang. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sekaran dan Bougie, 2016). Sampel dalam penelitian ini adalah sejumlah pasien JKN yang naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC Padang.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* yang didalamnya dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2016), *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sehingga layak dijadikan sampel. Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu : (1) Responden merupakan konsumen

yang mengambil keputusan naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC Padang periode tahun 2019 (bulan Januari–September 2019). (2) Bersedia menjadi responden. (3) Mampu berkomunikasi dengan baik. (4) Mampu menjawab pertanyaan yang terdapat di kuesioner.

Menurut Sekaran dan Bougie (2016) bahwa pengambilan sampel dapat dilakukan berdasarkan jumlah variabel penelitian, yaitu apabila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka ukuran sampel sebaiknya 10 kali atau lebih dari jumlah variabel yang diteliti. Oleh karena itu, sampel penelitian ini ditetapkan melebihi batas minimal yaitu 20×5 variabel (4 variabel independen + 1 dependen). Dengan demikian jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden.

Pengumpulan Data

Dalam rangka memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa sumber, yaitu : (1) Data Primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden penelitian yaitu pasien yang naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC. Data diperoleh melalui penyebaran kuisisioner penelitian dan wawancara langsung dengan responden yang mencakup data tentang faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis yang mempengaruhi proses keputusan pasien naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC. (2) Data Sekunder. Data sekunder adalah data penunjang penelitian yang diperoleh dari berbagai sumber. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan melihat dokumen yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Data sekunder diperoleh dari laporan tahunan RSUD Bunda BMC Padang.

Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner yang mencakup pertanyaan mengenai karakteristik responden dan indikator-indikator terkait faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap proses keputusan naik kelas rawat inap. Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Peneliti memberikan 5 (lima) alternatif jawaban kepada responden dengan bobot sebagai berikut: (1) SS= Sangat setuju diberi skor 5. (2) S= Setuju diberi skor 4. (3) N = Netral diberi skor 3. (4) TS= Tidak setuju diberi skor 2. (5) STS= Sangat tidak setuju diberi skor 1.

Uji Validitas dan Uji Realibilitas

Uji Validitas data bertujuan untuk mengetahui sejauh mana validitas data yang didapat dari penyebaran kuisisioner yang diukur benar-benar menyatu satu sama lainnya. Sekaran dan Bougie (2016) menyatakan bahwa syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat validitas adalah r hitung $> 0,3$. Jadi apabila diperoleh r lebih besar dari 0,3 maka butir pernyataan dalam instrumen penelitian dinyatakan valid.

Uji realibilitas dimaksudkan untuk mengukur konsistensi jawaban dari responden. Suatu instrumen penelitian dikatakan andal bila nilai *Alpha Cronbach's alpha* lebih besar atau sama dengan 0,6. Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila mempunyai hasil yang konsisten bila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda (Sekaran dan Bougie, 2016).

Metode Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variabel independen yang akan mempengaruhi variabel dependen. Adapun model persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hipotesis pada faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologisterhadap proses keputusan naik kelas rawat inap sebagai berikut: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$

Uji t

Uji t digunakan melihat pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini dilihat apakah variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 benar-benar berpengaruh secara parsial atau individual terhadap variabel Y .

Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan proporsi variasi dalam variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh variabel independennya. Koefisien determinan berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Bila *adjusted R^2* semakin besar mendekati 1 menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan bila *adjusted R^2* semakin kecil bahkan mendekati nol, maka dapat dikatakan semakin kecil pula pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sekaran dan Bougie, 2016).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Adapun deskripsi gambaran umum responden dari penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, jenis kepesertaan BPJS Kesehatan dan ruang rawatan yang digunakan.

Tabel 1.Deskripsi Gambaran Umum Responden

Karakteristik Responden	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	52	52%
Perempuan	48	48%
Usia		
17 – 25 tahun	4	4%
26 – 45 tahun	51	51%
46 – 65 tahun	43	43%
66 tahun ke atas	2	2%
Pendidikan		
SMP/Sederajat	1	1%
SMA/Sederajat	15	15%
Diploma	8	8%
Sarjana (S1)	54	54%
Pasca Sarjana (S2)	10	10%
Doktor (S3)	12	12%
Pekerjaan		
Ibu Rumah Tangga	8	8%
Wiraswasta	17	17%
Pegawai BUMN / BUMD	11	11%
Pegawai Negeri	15	15%
Pegawai Swasta	31	31%
Lainnya seperti pensiunan, <i>freelance</i>	18	18%
Penghasilan per bulan		
< Rp 1.000.000	2	2%
Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000	20	20%
Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000	38	38%
>Rp 5.000.000	40	40%
Jenis Kepesertaan BPJS Kesehatan		
Kelas I	96	96%
Kelas II	4	4%
Ruang rawatan		
Ruang VIP	96	96%
Ruang Kelas I	4	4%

Sumber : Data Olahan, 2019

Dari tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa karakteristik responden dalam penelitian ini adalah lebih dari separuh responden berjenis kelamin laki-laki (52%), berdasarkan kelompok umur paling banyak berumur antara 26-45tahun (51%), berdasarkan tingkat pendidikan paling banyak yaitu sarjana (54%), berdasarkan pekerjaan paling banyak yaitu pegawai swasta (31%), berdasarkan tingkat penghasilan paling banyak yaitu besar dari lima juta rupiah per bulannya (40%), sedangkan berdasarkan jenis kepesertaan BPJS Kesehatan lebih dari separuh responden merupakan pasien kelas I (96%) dan berdasarkan ruang rawatan lebih dari separuh responden naik kelas ke ruang VIP (96%).

Hasil Uji Validitas

Uji Validitas data bertujuan untuk mengetahui sejauh mana validitas data yang didapat dari penyebaran kuisioner yang diukur benar-benar menyatu satu sama lainnya.

Tabel 2. Hasil UjiValiditas

Variabel	Item	Korelasi		Hasil Uji
		r-hitung	r-tabel	
Faktor Budaya (X1)	X1.1	0.644	0.361	Valid
	X1.2	0.534	0.361	Valid
	X1.3	0.530	0.361	Valid
Faktor Sosial (X2)	X2.1	0.703	0.361	Valid
	X2.2	0.579	0.361	Valid
	X2.3	0.648	0.361	Valid
	X2.4	0.553	0.361	Valid

Faktor Pribadi (X3)	X2.5	0.562	0.361	Valid
	X2.6	0.427	0.361	Valid
	X3.1	0.675	0.361	Valid
	X3.2	0.639	0.361	Valid
	X3.3	0.486	0.361	Valid
	X3.4	0.621	0.361	Valid
	X3.5	0.684	0.361	Valid
	X3.6	0.757	0.361	Valid
	X3.7	0.403	0.361	Valid
	X3.8	0.735	0.361	Valid
Faktor Psikologis (X4)	X4.1	0.657	0.361	Valid
	X4.2	0.435	0.361	Valid
	X4.3	0.526	0.361	Valid
	X4.4	0.728	0.361	Valid
	X4.5	0.532	0.361	Valid
	X4.6	0.669	0.361	Valid
	X4.7	0.508	0.361	Valid
	X4.8	0.458	0.361	Valid
Proses Keputusan Naik Kelas(Y)	Y.1	0.716	0.361	Valid
	Y.2	0.443	0.361	Valid
	Y.3	0.616	0.361	Valid
	Y.4	0.646	0.361	Valid
	Y.5	0.453	0.361	Valid

Sumber : Data Olahan, 2019

Berdasarkan tabel 2 di atas, terlihat bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai korelasi $> 0,361$, artinya seluruh item pertanyaan sudah dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah langkah selanjutnya untuk menentukan keandalan sebuah instrumen penelitian. Uji ini dilakukan untuk mengukur konsistensi instrumen yang digunakan, artinya sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Hasil Uji
Faktor Budaya (X1)	0,731	0,6	Reliabel
Faktor Sosial (X2)	0,800	0,6	Reliabel
Faktor Pribadi (X3)	0,869	0,6	Reliabel
Faktor Psikologis (X4)	0,828	0,6	Reliabel
Proses Keputusan Naik Kelas(Y)	0,782	0,6	Reliabel

Sumber : Data Olahan, 2019

Berdasarkan tabel 3 diatas, Nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,6$. Hal ini menunjukkan bahwa pengukuran terhadap variabel penelitian ini *reliabel* dan dapat memberikan hasil yang konsisten, apabila dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama.

Uji Hipotesis Penelitian

Dalam pengujian hipotesis, penelitian ini memberikan asumsi bahwa tingkat signifikansi hipotesis alternatif diterima adalah dibawah 0,05 atau 5%. Tabel 4 berikut ini menyajikan hasil penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t, dan koefisien determinasi (*R square*) untuk pengujian hipotesis penelitian.

Tabel 4. Rekapitulasi Hasil Penelitian

Variabel Independen	Koefisien Regresi	Nilai t hitung	Signifikansi
Faktor Budaya (X1)	0,149	2,539	0,013
Faktor Sosial (X2)	0,442	5,356	0,000
Faktor Pribadi (X3)	0,185	4,218	0,000
Faktor Psikologis (X4)	0,097	2,179	0,032
Konstanta (a)	1,187		
R square (R^2)	0,606		

Variabel Dependen = Proses Keputusan Naik Kelas Rawat Inap (Y)

Sumber : Data Olahan, 2019

Hasil pengujian hipotesis tentang pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap proses keputusan pasien naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC Padang yang disajikan pada tabel 4 diatas, dapat dikemukakan persamaan regresi linear berganda dan interpretasi sebagai berikut :

$$Y = -1,187 + 0,149 X_1 + 0,442 X_2 + 0,185 X_3 + 0,097 X_4$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut : (1) Koefisien regresi variabel faktor budaya (X1) adalah 0,149 dengan nilai t hitung sebesar 2,539 (t-hitung > t-tabel; 2,539 > 1,985) dan tingkat signifikansi 0,013. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat diartikan bahwa variabel faktor budaya (X1) berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pasien naik kelas rawat inap (Y). (2) Koefisien regresi variabel faktor sosial (X2) adalah 0,442 dengan nilai t hitung sebesar 5,356 (t-hitung > t-tabel; 5,356 > 1,985) dan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat diartikan bahwa variabel faktor sosial (X2) berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pasien naik kelas rawat inap (Y). (3) Koefisien regresi variabel faktor pribadi (X3) adalah 0,185 dengan nilai t hitung sebesar 4,218 (t-hitung > t-tabel; 4,218 > 1,985) dan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat diartikan bahwa variabel faktor pribadi (X3) berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pasien naik kelas rawat inap (Y). (4) Koefisien regresi variabel faktor psikologis (X4) adalah 0,097 dengan nilai t hitung sebesar 2,179 (t-hitung > t-tabel; 2,179 > 1,985) dan tingkat signifikansi 0,032. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat diartikan bahwa variabel faktor psikologis (X4) berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pasien naik kelas rawat inap (Y).

Nilai R^2 (*R square*) ditemukan sebesar 0,606 yang dapat diartikan bahwa faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis mempengaruhi proses keputusan pasien naik kelas rawat inap sebesar 60,6%. Sedangkan sisanya sebesar 39,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Faktor Budaya terhadap Proses Keputusan Pasien Naik Kelas Rawat Inap

Berdasarkan hasil analisis data penelitian diperoleh nilai t hitung sebesar 2,539 dengan tingkat signifikansi 0,013 ($p < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara faktor budaya (X1) terhadap proses keputusan naik kelas (Y).

Faktor budaya merupakan sekelompok nilai-nilai yang diterima masyarakat secara menyeluruh dan tersebar kepada anggota-anggotanya. Faktor budaya memberikan pengaruh yang luas dan mendalam pada tingkah laku konsumen. Dalam penelitian ini, faktor budaya yang dimiliki oleh pasien rawat inap RSUD Bunda BMC tergambar dari pernyataan pasien yang menyatakan bahwa mereka memutuskan untuk naik kelas rawat inap karena kelompoknya banyak menggunakan layanan naik kelas di RSUD Bunda BMC. Mereka memilih hal tersebut karena mengikuti kebiasaan teman-teman yang juga melakukan hal yang sama. Selain itu, konsumen selaku pengambil keputusan untuk naik kelas juga menyatakan bahwa norma-norma yang diterapkan oleh RSUD Bunda BMC menjadi salah satu dasar dalam memutuskan untuk naik kelas dan hal ini juga didukung oleh pelayanan RSUD Bunda BMC yang tidak membedakan kelas sosial antar pasien. Melihat tanggapan responden dengan adanya faktor budaya, maka pihak rumah sakit ada baiknya juga untuk mengetahui peran yang dimainkan oleh budaya-budaya, subbudaya dan kelas sosial tersebut. Budaya dapat dilihat dari kepercayaan, pandangan, dan kebiasaan konsumen terhadap suatu produk barang atau jasa. Semakin tinggi kepercayaan terhadap suatu layanan jasa kesehatan, maka semakin tinggi juga keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini mempunyai kesamaan dengan hasil penelitian sebelumnya yaitu faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku pasien dalam memanfaatkan rawat inap di RS PKU Muhammadiyah Nanggulan ($p < 0,05$). Kesamaan hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor budaya yang ada di masyarakat mempunyai peran penting terhadap perilaku pasien. Individu yang berada dalam lingkungan masyarakat yang mempunyai adat kebiasaan, norma dan nilai yang baik terhadap pemanfaatan sarana kesehatan maka akan mempengaruhi perilakunya dalam memanfaatkan rawat inap di rumah sakit.

Penelitian menunjukkan bahwa kebudayaan yang semakin berkembang menyebabkan perubahan pembelian. Terlihat bahwa konsumen yang dulunya menggunakan rawat inap sesuai kelasnya, sekarang merasa lebih senang jika menggunakan jasa kesehatan rawat inap yang lebih baik (naik kelas). Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kebudayaan seseorang, maka kecenderungan untuk mengikuti kebiasaan/trend saat ini terhadap penggunaan jasa rumah sakit juga meningkat. Pemahaman tentang budaya sesuai dengan pendapat Suryani (2008) yang menyatakan bahwa pemahaman terhadap budaya dan perilaku konsumen ini sangat penting karena kenyataan di lapangan memperlihatkan bahwa suatu organisasi perusahaan bisa saja gagal dalam memasarkan suatu produk barang atau jasa karena tidak memperhatikan faktor budaya ini. Pengaruh variabel budaya terhadap keputusan pembelian juga sesuai dengan penelitian Wang (2003) yang menunjukkan bahwa strategi dalam

pembelian konsumen terutamadibentuk oleh aspek budaya/etnis yang dihubungkan dengan variabel sosial-ekonomi dan budaya/etnis (nilai, norma, pemikiran) ini akan mempengaruhi kebiasaan, sikap, dan perilaku seseorang dalam masyarakat.

Pengaruh Faktor Sosial terhadap Proses Keputusan Pasien Naik Kelas Rawat Inap

Berdasarkan hasil analisis data penelitian diperoleh nilai t hitung sebesar 5,356 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara faktor sosial (X_2) terhadap proses keputusan naik kelas (Y).

Pengaruh faktor sosial dapat berasal dari kelompok referensi, peran dan status dimasyarakat serta anggota keluarga yang menjadi acuan bagi seseorang untuk mengambil keputusan. Apabila konsumen tidak memiliki pengetahuan mengenai produk atau jasa yang akan dibelinya, tentunya konsumen akan mengandalkan rekomendasi, masukan, dan dorongan dari orang yang dipercayasehingga dapat menjadipenguat dan dapat meyakinkan seseorang untuk mengambil keputusan mengenai produk atau jasa yang akan digunakannya.

Melalui tanggapan responden terhadap kuesioner, diketahui bahwa dimensi yang paling berperan bagi konsumen dalam proses keputusan naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC adalah peran dan statusnya di dalam masyarakat. Jika peran dan status sosial meningkat, tentunya seseorang lebih banyak bergaul dan berteman dengan masyarakat dan dengan status sosial yang lebih tinggi maka keputusan untuk naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC menjadi pilihan yang tepat. Dengan demikian dapat disimpulkan semakin meningkat status sosial dan perannya dimasyarakat, maka akan semakin tinggi keputusan pasien untuk naik kelas sebagai pilihan dalam rawat inap di rumah sakit. Dimensi kedua yang berperan penting bagi konsumen dalam proses keputusan naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC yaitu keluarga. Dalam hal ini keluarga berperan dalam melakukan keputusan pembelian dan mereka memilih untuk naik kelas di RSUD Bunda BMC karena dorongan keluarga. Pasien lebih dekat kepada keluarga sehingga keputusan yang diambil oleh pasien didominasi oleh keluarga. Selain keluarga, manusia juga memiliki kelompok lainnya, yang disebut kelompok referensi. Dalam penelitian ini, kelompok referensi juga berperan penting dimana pasien memilih untuk naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC karena adanya dorongan dari pihak lain diluar keluarga. Kelompok referensi adalah semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang dalam membentuk pandangan tentang nilai tertentu, sikap atau pedoman berperilaku yang memiliki ciri-ciri khusus. Untuk itu, kelompok-kelompok dimasyarakat, keluarga, maupun rekan-rekan sekitar dapat merekomendasikan dan memberikan pengaruh mengenai kebiasaan pasien yang memanfaatkan naik kelas rawat inap.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka RSUD Bunda BMC Padang harus memahami peluang-peluang yang berhubungan dengan faktor sosial dalam target pasarnya. Salah satunya adalah memahami perilaku konsumen serta pihak-pihak yang dapat mempengaruhi konsumen tersebut. Selain menarik minat konsumen itu sendiri, jasa pelayanan rawat inap di RSUD Bunda BMC harus pula dapat menarik pihak-pihak lain yang diperkirakan dapat mempengaruhi konsumen. Misalnya menggunakan metode iklan dengan bertepatan pengalaman keluarga atau kelompok yang pernah menggunakan jasa layanan naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC Padang. Jika konsumen awalnya tidak tertarik pada jasa yang dipilih, namun jika ada pihak-pihak lain yang dapat memberi masukan maka bisa saja konsumen tersebut secara langsung maupun tidak langsung akan terpengaruhi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sampeluna dkk (2013) yang juga menyatakan dalam penelitiannya bahwa kelompok sosial akan mempengaruhi nilai, sikap, konsep pribadi dan perilaku pembelian. Oleh karena itu, RSUD Bunda BMC Padang harus memahami peluang-peluang yang berhubungan dengan faktor sosial dalam target pasarnya. Salah satunya adalah memahami perilaku konsumen serta pihak-pihak yang dapat mempengaruhi konsumen tersebut. Selain menarik minat konsumen itu sendiri, jasa pelayanan rawat inap di RSUD Bunda BMC harus pula dapat menarik pihak-pihak lain yang diperkirakan dapat mempengaruhi konsumen.

Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Proses Keputusan Pasien Naik Kelas Rawat Inap

Berdasarkan hasil analisis data penelitian diperoleh nilai t hitung sebesar 4,218 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Dengan demikian dapat diartikan bahwa faktor yang berasal dalam diri responden yaitu faktor pribadi (X_3) memberikan kontribusi dalam proses keputusan naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC (Y).

Perilaku seseorang dalam membeli sesuatu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor kepribadian dari konsumen yang bersangkutan. Kepribadian seseorang terbentuk disebabkan oleh bermacam-macam indikator, seperti usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan konsep diri. Semakin tinggi jabatan seseorang dalam bekerja, mapan dari segi ekonomi dan gaya hidup yang semakin meningkat, maka semakin tinggi keputusannya untuk membeli suatu produk barang ataupun jasa yang dalam hal ini adalah jasa rumah sakit.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Aminuddin dan Susanto (2013) dengan hasil penelitian faktor pribadi mempengaruhi perilaku pasien dalam memanfaatkan rawat inap di RS

PKU Muhammadiyah Nanggulan ($p < 0,05$). Sebelum memilih naik kelas rawat inap biasanya seseorang akan meninjau terlebih dahulu apakah keputusan yang diambil akan sesuai dengan pribadi orang tersebut dari berbagi segi seperti usia, pekerjaan, kondisi ekonomi, dan sebagainya. Dalam penelitian ini, apabila dilihat dari faktor pribadi, responden yang memilih naik kelas rawat inap adalah karena menyesuaikan dengan usia mereka. Faktor usia merupakan faktor penting yang perlu dipertimbangkan dalam mengembangkan strategi pemasaran. Kebutuhan, keinginan dan harapan seseorang berkembang seiring dengan bertambahnya umur.

Selain itu, dari karakteristik responden yang diteliti memang terlihat bahwa yang mengambil keputusan naik kelas rawat inap rata-rata memiliki pendidikan yang cukup tinggi, dengan tingkat pendapatan yang cukup serta diikuti lingkungan keluarga yang membentuknya. Disini faktor penghasilan (*ability*) mempunyai pengaruh yang bermakna pada pemilihan kelas perawatan. Hal ini bisa dijelaskan karena biasanya yang berpenghasilan tinggi akan memilih rumah sakit swasta dan memilih kelas perawatan yang lebih tinggi pula. Hasil ini sejalan dengan penelitian Palupi dkk(2016) yang menyimpulkan penghasilan menentukan kelas perawatan yang dipakai di RSUD Dr. Soetomo, RSAL Dr. Ramelan dan RS Darmo, semakin tinggi penghasilan makin tinggi kelas yang diminati. Pemakaian kelas VIP di RS swasta lebih besar persentasenya, karena pada umumnya masyarakat yang mempunyai kemampuan lebih rendah akan memilih RS pemerintah dan akan memilih perawatan di ruang rawat inap kelas III.

Oleh karena hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pribadi mempunyai pengaruh terhadap proses keputusan pembelian, maka faktor pribadi harus sangat diperhatikan oleh RSUD Bunda BMC, bisa dengan melakukan riset terus menerus untuk mengetahui perkembangan dan keinginan konsumen terhadap rumah sakit dan juga RSUD Bunda BMC perlu menetapkan segmen pasar yang fokus sehingga sesuai dengan target konsumen dan tetap menyesuaikan dengan segala situasi ekonomi target pasar.

Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Proses Keputusan Pasien Naik Kelas Rawat Inap

Berdasarkan hasil analisis data penelitian diperoleh nilai t hitung sebesar 2,179 dengan tingkat signifikansi 0,032 ($p < 0,05$). Dengan demikian dapat diartikan bahwa faktor psikologis (X_4) terbukti nyata berpengaruh terhadap proses keputusan naik kelas (Y).

Perilaku konsumen pelayanan kesehatan dapat dilihat pada tindakan pembelian produk atau jasa (rawat inap ataupun rawat jalan) yang dilandasi dengan keinginan dan atau harapan untuk produk atau jasa pelayanan kesehatan. Hal ini tentunya sesuai dengan pendapat Kotler dan Keller (2017) dimana proses keputusan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Motivasi individu merupakan kebutuhan yang cukup besar dalam mendorong konsumen untuk bertindak dalam keputusan pembelian. Persepsi merupakan penilaian pasien terhadap rumah sakit meliputi pelayanan, biaya maupun fasilitas kesehatan yang ada di rumah sakit. Persepsi yang baik terhadap rumah sakit maka keputusan untuk memanfaatkan rawat inap akan lebih mudah. Persepsi dapat mempengaruhi keputusan pembelian jika konsumen mempersepsikan bahwa suatu produk memiliki keunggulan yang berbeda dengan produk yang lain dan keunggulan tersebut sangat berarti bagi konsumen, maka konsumen akan memilih produk tersebut. Meskipun sebenarnya produk tersebut relatif sama dengan yang lainnya. Pembelajaran dan pengalaman seperti apa yang pernah didapatkan sebelumnya juga akan mempengaruhi perilaku konsumen tersebut. Semakin tinggi motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa, maka akan semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Dari hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa pada umumnya responden menyatakan setuju bahwa proses keputusan naik kelas rawat inap atas kemauan sendiri karena termotivasi oleh kemudahan prosedurnya diikuti dengan pandangan yang baik responden terhadap rumah sakit tersebut, adanya pengalaman dalam menerima layanan kesehatan di RSUD Bunda BMC sebelumnya sehingga responden mempunyai perasaan senang dalam menerima fasilitas naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC Padang. Dalam hal ini tergambar bahwa responden merasa naik kelas rawat inap memiliki keunggulan dibandingkan rawat inap sesuai kelasnya. Dengan adanya persepsi seperti ini secara tidak langsung dapat mempengaruhi pembelian ulang konsumen.

Oleh karena itu, pihak manajemen juga harus mendalami bagaimana motivasi, persepsi, keyakinan dan sikap dari pelanggannya. Setelah konsumen memiliki motivasi, rumah sakit harus dapat menanamkan *positioning* yang baik di dalam diri konsumen agar terwujudnya persepsi yang baik dan terbentuk citra yang baik terhadap rumah sakit.

PENUTUP

Adapun kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah (1) Faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pasien naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC Padang. (2) Faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pasien naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC Padang. (3) Faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pasien naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC Padang. (4) Faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pasien naik kelas rawat inap di RSUD Bunda BMC Padang. (5) Proses keputusan

pasien naik kelas di RSUD Bunda BMC mampu dijelaskan oleh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis sebesar 60,6%, sedangkan sisanya sebesar 39,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan yang didapat dari penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut : (1) Bagi RSUD Bunda BMC Padang. Rumah sakit sebagai penyedia layanan jasa kesehatan perlu untuk memperhatikan faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis masyarakat sebagai sasaran utama pengguna jasa pelayanan kesehatan. (2) Dari segi faktor budaya, rumah sakit dituntut untuk mengerti akan implikasi dari kebudayaan tersebut, seperti dalam upaya melakukan promosi dan pemasaran rumah sakit harus dipilih dan dirancang secara cermat dengan tujuan agar dapat diterima dalam kebudayaan konsumen. Hal ini sangat diperlukan karena perilaku konsumen akan berhubungan dengan sistem nilai dan norma budaya yang melingkupinya. (3) Dari segi faktor sosial, RSUD Bunda BMC diharapkan dapat menggunakan faktor sosial dengan memperhatikan peluang yang mungkin akan muncul dari hubungan sosial konsumen, seperti untuk setiap konsumen yang telah loyal dan puas terhadap RSUD Bunda BMC agar dapat meminta konsumen tersebut untuk menyarakannya kepada teman atau keluarga lainnya. (4) Dari segi faktor pribadi, perlunya rumah sakit mengeluarkan kebijakan sesuai dengan pandangan pribadi dari para konsumen sehingga dapat meningkatkan loyalitas dari para konsumen, seperti dalam perencanaan pembangunan ruang rawat inap hendaknya disesuaikan dengan keinginan konsumen dimana konsumen lebih senang dengan ruang rawat inap VIP dan kedepannya ruang VIP dapat ditambahkan. (5) Dari segi faktor psikologis, RSUD Bunda BMC harus menjaga kepercayaan konsumen dengan terus memberikan penawaran atau promosi menarik bagi konsumennya agar konsumen yang sudah loyal di RSUD Bunda BMC tidak pindah ke rumah sakit lain. (6) Bagi BPJS Kesehatan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa peserta JKN yang naik kelas rawat inap memiliki kemampuan dan kemauan untuk membayar selisih biaya dari naik kelas rawat inap. Oleh karena itu, BPJS Kesehatan agar dapat mengevaluasi kembali tentang perlunya peningkatan iuran bagi peserta kelas I dan kelas II demi kualitas pelayanan sesuai hak kelas rawat. (7) Peneliti Selanjutnya. Penelitian ini dibatasi pada variabel faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis, sehingga perlu dilakukan penelitian selanjutnya. Masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi proses keputusan konsumen seperti stimuli bauran pemasaran (*marketing mix*) dan stimuli lingkungan (ekonomi, teknologi, politik dan budaya). Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain misalnya metode wawancara mendalam terhadap responden.

DAFTAR RUJUKAN

- Aminuddin, M dan Susanto (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pasien Dalam Memanfaatkan Rawat Inap di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Nanggulan*. Jurnal Medicoeticolegal dan Manajemen Rumah Sakit Volume 2 Nomor 2
- Andespa, Roni (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah*. Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan Volume 2 Nomor 1
- Arianto, Wahyu L (2011). *Perencanaan Peningkatan Mutu Layanan Berdasarkan Metode House Of Quality*. Jurnal Administrasi Kebijakan dan Kesehatan Volume 9 Nomor 2
- Badan Penyelenggara Jaminan Sosial-BPJS (2016). *Kenaikan Iuran Untuk Pemantapan Pelayanan*. Info BPJS Kesehatan Edisi 32. Jakarta
- Badan Penyelenggara Jaminan Sosial-BPJS (2019). *KIS Jadi Program Pemerintah Paling Dirasakan Manfaatnya Versi Alvara Research*. Jakarta. Diakses pada 7 Februari 2019; <https://www.bpjs-kesehatan.go.id>
- Depkes (2004). *Undang-Undang RI Nomor 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional*.
- Friantoro, Dian dan Endra Murti Sagoro (2016). *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Dan Pribadi Terhadap Keputusan Mengambil Kredit Pada KP-RI Bina Mandiri*. Jurnal Profita Edisi 5
- Kemenkes (2014). *Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 28 Tahun 2014 tentang Pedoman Pelaksanaan Program Jaminan Kesehatan Nasional*
- Kemenkes (2018). *Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 51 Tahun 2018 tentang Pengenaan Urun Biaya Dan Selisih Biaya Dalam Program Jaminan Kesehatan*
- Kotler, Philip dan Keller (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua belas. Jilid 1. Indeks. Jakarta
- Mosadeghrad, Ali Mohammad (2014). *Patient Choice Of A Hospital: Implications For Health Policy And Management*. International Journal of Health Care Quality Assurance Volume 27
- Pabalkar, Vanishree; Komal Chopra et al (2019). *Influence of Relationship Marketing on Patients' Decision In Selection of Eye Hospitals*. Diakses pada 31 September 2019; <http://ssrn.com/link/2019-Int-Conf-MediaEthics.html>
- Palupi, Joys K. N, Viera Wardhani dan Sri Andarini (2016). *Determinan Pilihan Naik Kelas Perawatan Rumah Sakit Dari Kelas I Ke Kelas VIP*. Jurnal Kebijakan Kesehatan Indonesia. Volume 5 Nomor 4
- Peter dan Olson (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Salemba Empat. Jakarta
- Profil Kesehatan Indonesia Tahun 2017. Kementerian Kesehatan RI
- Profil Kesehatan Kota Padang Tahun 2017. Dinas Kesehatan Kota Padang

- Profil Kesehatan Provinsi Sumatera Barat Tahun 2017. Dinas Kesehatan Provinsi Sumatera Barat
- Sampeluna, Noviana, Balqis dan Asiah Hamzah (2013). *Faktor Yang Berhubungan Dengan Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan Di RSUD Lakipadada Kabupaten Tana Toraja*. Diakses pada 25 Oktober 2019; <https://www.semanticscholar.org/paper/FAKTOR-YANG-BERHUBUNGAN-DENGAN-PEMANFAATAN-DI-RSUD-Sampeluna-Hamzah/f84e3c0b4fbad0e1ccc8891a3fd139de2034c8f2>
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi. Yogyakarta
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar (2013). *Consumer Behaviour*. 8th edition. Prentice Hall. New Jersey
- Sekaran, Uma dan Bougie, R (2016). *Research Methods For Bussines. A Skill Buiding Approach*. Seventh Edition. Wiley. United Kingdom
- Setiawan, Teguh dan Ulil Amri (2017). *Analisis Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Dan Pribadi Terhadap Perilaku Nasabah Dalam Menabung di Bank Jateng Cabang Koordinator Semarang*. Jurnal Aset Volume 15 Nomor 1
- Suryani, Tatik (2008). *Perilaku Konsumen : Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Wang (2004). *An Investigatin Of Chinase Immigrant Consumer Behaviour In Toronto, Kanada*. Journal of Retailing and Consumer Service Nomor 11