

**PENGARUH FASILITAS DAN KEBIJAKAN HARGA
TERHADAP MINAT PELANGGAN PADA KLINIK
BIDAN VERA CIKEAS GARDENIA
SKRIPSI**

(Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Strata Satu
Program Studi Manajemen)



Oleh :

RINI EVA NELI

NIM : 2015511091

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN S1
JAKARTA
201**

SURAT PERNYATAAN

Bersama ini,

Nama : Rini Eva Neli

NIM : 2015511091

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada Program Sarjana ini ataupun pada program lain. Karya ini adalah milik Saya, karena itu pertanggungjawabannya berada di pundak saya. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka Saya bersedia untuk ditinjau dan menerima sanksi sebagaimana mestinya.

Bogor, Agustus 2019



RINI EVA NELI

NIM: 2015511091

**Pengaruh Fasilitas Dan Kebijakan Harga
Terhadap Minat Pelanggan Pada Klinik
Bidan Vera Cikeas Gardenia**



RINI EVA NELI

NIM : 2015511091

Telah dipertahankan di depan Dewan penguji
Pada hari Sabtu tanggal 14 September 2019, dan dinyatakan telah memenuhi
syarat untuk diterima sebagai Skripsi Program Sarjana Ekonomi – Program Studi
Manajemen

1. Dr. Susanti Widhiastuti, SE, MM.
Ketua

14 September 2019
Tanggal

2. Dr. Slamet Ahmadi, MM
Anggota

14 September 2019
Tanggal

3. Dra. Anik Arivanti, MM
Anggota

14 September 2019
Tanggal

Menyetujui,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWIJA
Program Sarjana- Program Studi Manajemen
Ketua Program

Dr. Susanti Widhiastuti, SE, MM.

Tanggal: 14 September 2019

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA
PROGRAM SARJANA – PRODI MANAJEMEN SI**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : RINI EVA NELI
NIM : 2015511091
Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas dan Kebijakan Harga terhadap Minat
Pelanggan pada Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia.

Bogor, Agustus 2019

Dosen pembimbing,



Dra. Anik Ariyanti, MM

ABSTRAK

Fasilitas dan Kebijakan Harga merupakan dua dari beberapa faktor yang diduga relatif besar dalam mempengaruhi Minat Pelanggan di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia. Untuk membuktikan pengaruh kedua faktor tersebut dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Fasilitas dan Kebijakan Harga terhadap Minat Pelanggan di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia.

Penelitian ini dilakukan di Klinik bidan Vera Cikeas Gardenia dengan mengambil 100 sampel yang dihitung dengan menggunakan rumus Slovin dengan *margin error* 5% dari total populasi pelanggan 2017-2018 yaitu 8.8864 pelanggan. Pengambilan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner dengan Skala Likert 5 poin. Uji instrumen dilakukan dengan cara uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data menggunakan Metode analisis regresi linear sederhana dan Metode analisis linear berganda. Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan Uji f simultan dan Uji t parsial.

Berdasarkan hasil Analisis ditemukan hasil bahwa, (1. Fasilitas berpengaruh positif terhadap Minat pelanggan. (2. Kebijakan Harga berpengaruh positif terhadap Minat pelanggan. (3. Fasilitas dan Kebijakan Harga secara simultan berpengaruh positif terhadap Minat pelanggan.

Kata Kunci:

Fasilitas, Kebijakan Harga, minat pelanggan

ABSTRACT

Facility and Price Policies are two of the relatively large factors influencing customer interest in the Midwife Clinic and Cikeas Gardenia. To prove the difference between these two factors, a study was carried out aimed at understanding the Facilities and Pricing Policies for Customers' Interests at the Vera Cikeas Gardenia Midwife Clinic.

This research was conducted at the Vera Cikeas Gardenia midwife clinic by taking 100 samples calculated using the Slovin's formula with a margin of error of 5% from 2017-2018 customer population of 8,8864 customers. Data is collected by distributing questionnaires with a 5-point Likert Scale. The instrument test was carried out by means of validity and reliability testing. Data analysis using simple linear regression analysis method and multiple linear analysis method. Hypothesis testing in this study uses the simultaneous F test and partial t test.

Based on the of the analysis found the results, (1. Facilities affect positively on customers of interest. (2. Price policy positively affects customers of interest.). (3. Facilities and price Policies affect simoultaneously on Costumer's interest.

Keywords:

Facilities, Price Policy, customer interest

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah dan inayah-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“Pengaruh Fasilitas dan Kebijakan Harga pada Minat Pelanggan di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia”** yang merupakan salah satu mata kuliah pada semester akhir dan sebagai salah satu syarat kelulusan dalam program S1 ilmu Manajemen.

Dalam proses penyusunan hingga terwujudnya skripsi ini, penulis banyak memperoleh dukungan, motivasi, perhatian, semangat dan bantuan dari pihak-pihak yang terlibat dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih atas keberadaan mereka, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dra. Anik Ariyanti, M.M. selaku pembimbing yang telah sabar memberikan nasehat dan bimbingannya hingga terselesaikannya skripsi ini.
2. Drs. Suyanto, S.E, M.M., M.Ak, CA, selaku Ketua STIE IPWIJA.

3. Dr. Susanti Widhiastuti, S.E, M.M., selaku Ketua program studi S1.
4. Keluarga, orang tua serta kakak yang telah mendukung banyak hal dalam pembuatan skripsi ini, baik itu berupa moril maupun material.

vii

5. Teman-teman kelas D3/D4 dan rekan program studi S1 Manajemen yang telah memberikan saran atau kontribusi pada skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah memberikan kontribusi berarti yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis mengharapkan agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan Mahasiswa STIE IPWIJA, dosen, dan para pembaca lainnya. Penulis mengucapkan beribu maaf jika ada yang kurang berkenan dalam penulisan skripsi ini. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Akhir kata, penulis ucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya.

Bogor, Agustus 2019

Penulis

Rini Eva Neli

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BABI PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Sistematika Penelitian.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Manajemen Pemasaran	7
2.1.2. Fasilitas	8
2.1.3. Harga	9
2.1.4. Kebijakan Harga	12
2.1.5. Pelanggan	15
2.1.6. Minat Pelanggan	16
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3. Kerangka Pemikiran	25
2.4. Hipotesis	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
3.2. Desain Penelitian	27
3.3. Operasionalisasi Variabel	28
3.4. Populasi, Sampel, dan Metode Sampling	

30	3.4.1. Populasi	
31	3.4.2. Sampel	
32	3.4.3. Metode Sampling.....	
	3.5. Metode Pengumpulan Data.....	34
35	3.5.1. Teknik Dokumentasi	
35	3.5.2. Kuesioner	
	3.6. Instrumen Penelitian	35
	3.7. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	38
	3.7.1. Uji Validitas dan Uji Realibitas.....	39
	3.7.2. Metode Analisis Regresi Linear Sederhana	40
	3.7.3. Metode Analisis Regresi Linear Berganda	41
	3.7.4. Pengujian Hipotesis	43
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4. 1. Gambaran Umum Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia	46
	4.1.2. Visi dan Misi	49
	4.2. Hasil Penelitian	50
	4.2.1. Karakteristik Responden	51
	4.2.2. Uji Validitas	58

4.2.3. Uji Reliabilitas	61
4.2.4. Analisis Regresi Linear Berganda Fasilitas dan Kebijakan Harga terhadap Minat Pelanggan	64
4.2.5. Koefisien Determinasi.....	65
4.2.6. Uji Hipotesis	66
4.3. Pembahasan	68
4.3.1. Pengaruh parsial Fasilitas terhadap Minat Pelanggan..	70
4.3.2. Pengaruh parsial Kebijakan Harga terhadap Minat Pelanggan.....	71
4.4.3. Pengaruh simultan Fasilitas dan Kebijakan Harga terhadap Minat Pelanggan.....	72
 BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	73
5.2. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
 LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Klinik kesehatan maupun bersalin adalah sebagai salah satu institusi pelayanan umum di bidang kesehatan. Saat ini sangat di butuhkan di tengah-tengah masyarakat, seiring kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan. klinik berada dalam naungan Dinas Kesehatan dan dalam pelayanannya didukung tenaga medis yang profesional dan berpengalaman dalam melayani pasien. Keberadaan suatu klinik membutuhkan fasilitas yang memadai dan kebijakan harga yang tepat, untuk meningkatkan minat pelanggan.

Bidan adalah salah satu profesi di bidang kesehatan yang secara khusus menangani kehamilan, persalinan, keadaan setelah melahirkan serta pelayanan-pelayanan paramedis yang berhubungan dengan organ reproduksi. Ikatan Bidan Indonesia atau yang disingkat IBI adalah organisasi profesi yang menghimpun seluruh bidan di Indonesia saat ini IBI bersama seluruh pihak yang terkait dengan kebidanan sedang memperjuangkan lahirnya Undang-undang tentang kebidanan. pada tahun 2016, RUU Kebidanan telah masuk ke dalam daftar prolegnas DPR RI.

Menurut Undang-undang No. 36 Tahun 2014 tentang Tenaga Kesehatan, bidan adalah tenaga kesehatan yang dikelompokkan ke dalam tenaga kebidanan, memiliki kewenangan untuk melakukan pelayanan kesehatan

ibu, pelayanan kesehatan anak, dan pelayanan kesehatan reproduksi perempuan dan keluarga

berencana. Di dalam keadaan tertentu yakni suatu kondisi tidak adanya tenaga kesehatan yang memiliki kewenangan untuk melakukan tindakan pelayanan kesehatan yang dibutuhkan serta tidak dimungkinkan untuk dirujuk maka seorang bidan dapat memberikan pelayanan kedokteran dan/atau kefarmasian di luar kewenangannya dalam batas tertentu.

Salah satu fasilitas kebidanan adalah USG. Ultrasonografi medis (sonografi) adalah sebuah teknik diagnostik pencitraan menggunakan suara ultra yang digunakan untuk mencitrakan organ internal dan otot, ukuran mereka, struktur, dan luka patologi, membuat teknik ini berguna untuk memeriksa organ. Selain itu fasilitas seperti kamar pasien untuk persalinan, ruang tunggu maupun fasilitas lain sangat menentukan minat pelanggan. Keberadaan fasilitas yang memadai pada klinik kebidanan sangatlah penting di zaman modern ini. Fasilitas yang memadai akan mempermudah bidan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Manfaat dari adanya fasilitas yang lengkap dan canggih adalah untuk mencapai keefektifan dan keefesienan dari klinik bersalin tersebut.

Dalam kebijakan harga dalam klinik kebidanan, ada yang memakai BPJS. Tidak hanya menanggung biaya pengobatan saja, BPJS Kesehatan juga memberikan layanan khusus untuk kesehatan ibu hamil yang akan melahirkan. Di dalam layanan ini, BPJS tidak hanya menanggung biaya persalinan saja,

namun juga soal kesehatan selama mengandung, termasuk layanan pemeriksaan USG. Guna mendapat layanan ini, peserta harus menjadi peserta BPJS yang aktif, di mana yang pelanggan yang datang telah terdaftar dan secara rutin tetap memenuhi kewajiban untuk membayar iuran kepesertaannya setiap bulan. Bidan dapat melakukan praktik di berbagai tatanan pelayanan kesehatan seperti di Klinik, Rumah Sakit, Rumah Sakit Bersalin, Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA), termasuk melakukan praktik di rumah yang disebut dengan Bidan Praktik Mandiri (BPM).

Dalam hal kebijakan harga saat ini sudah di bantu dengan adanya BPJS yang bisa digunakan masyarakat untuk mendapatkan pelayanan bersalin dan kebidanan lebih murah. Namun ada juga klinik kebidanan yang mematok harga cukup terjangkau meskipun tanpa BPJS. Dalam penelitian saya kali ini, akan mengambil tempat di Klinik Kebidanan Bidan Vera yang berlokasi di perumahan Cikeas Gardenia. Dimana klinik tersebut merupakan klinik paling banyak diminati di lokasi tersebut.

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut, minat pelanggan merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana seseorang untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu, dapat dikatakan bahwa minat pelanggan merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik mengadakan penelitian

dengan judul “ **Pengaruh Fasilitas dan Kebijakan Harga Terhadap Minat Pelanggan Pada Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia**”.

1.2. Rumusan Masalah

Melihat pentingnya pengaruh terhadap minat pelanggan, adapun perumusan masalah yang dihadapi antara lain:

1. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap minat pelanggan pada Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia?
2. Bagaimana pengaruh kebijakan harga terhadap minat pelanggan pada Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilaksanakannya penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap minat pelanggan pada Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia.
2. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan harga terhadap minat pelanggan pada Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dilaksanakannya penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a) Memberikan sumbangan pemikiran bagi mahasiswa di

STIE Ipwija yang akan menghadapi proses pembuatan skripsi..

- b) Memberikan sumbangan ilmiah dalam ilmu manajemen pemasaran.
 - c) Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan fasilitas dan kebijakan harga serta menjadi bahan kajian lebih lanjut.
2. Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a) Bagi penulis
Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang fasilitas dan kebijakan harga dan pengaruhnya terhadap minat pelanggan.
- b) Bagi mahasiswa
Dapat menambah pengetahuan dan sumbangan pemikiran kepada mahasiswa terkait penelitian mengenai fasilitas dan kebijakan harga dan minat pelanggan.

1.5. Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang landasan teori yang mencakup pengertian

Pemasaran, Harga, Fasilitas, Minat Pelanggan dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai penentuan obyek, waktu dan lokasi penelitian, metode pengumpulan dan analisis data, dan metode sampling.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan tentang laporan hasil, pengujian penelitian dan pembahasan dari penelitian ini sehingga data yang ada mempunyai arti.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan hasil penelitian yang ditarik dari analisis-analisis data, serta saran yang memuat masukan-masukan dari penulis yang terkait dengan penelitian.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Manajemen Pemasaran

Menurut Buchori dan Djaslim (2010:5) Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang, dan jasa, untuk menghasilkan pertukaran yang memuaskan individu dan memenuhi tujuan organisasi.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan , menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Djaslim Saladin dan Hery Achmad Buchory (2010:10) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai berikut : “Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan – tujuan organisasi”. Berdasarkan beberapa teori tersebut, peneliti sampai pada pemahaman bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu seni dan ilmu

dalam memilih pasar sasaran, meraih, mempertahankan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul guna mendapatkan keuntungan.

Philip Kotler (2001) mengatakan pemasaran merupakan salah satu bentuk aktivitas kegiatan manusia yang memiliki landasan untuk mendapatkan kebutuhan dan keinginan melalui serangkaian proses baik pertukaran, penawaran dan masih banyak lagi hal lainnya.

Basu dan Hani (2004:4) dua tokoh ini juga mengemukakan pendapatnya mengenai pengertian pemasaran yang meliputi dari proses kegiatan perencanaan dalam pengelolaan barang dan jasa, penetapan banderol harga dari barang dan jasa tersebut hingga proses promosi maupun pendistribusiannya yang keseluruhannya memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan maupun memperoleh keuntungan dari proses pemasaran tersebut.

Menurut Kotler & Amstrong (2012), pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Berdasarkan definisi tersebut disimpulkan bahwa pemasaran merupakan proses kegiatan untuk berinteraksi antara individu ataupun kelompok untuk memperoleh barang atau jasa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas menukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain atau kelompok tersebut.

2.1.2. Fasilitas

Salah satu hal terpenting untuk membantu ataupun meringankan beban pekerjaan dalam jasa adalah fasilitas. Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi guna memperoleh hasil maksimal dari suatu pembelian jasa.

Suyanto (2008) menyatakan bahwa, fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang. Menurut Yoeti (2006:12) fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri. Fasilitas dapat juga diartikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia di lingkungan maupun di dalam kantor perusahaan, dimaksudkan untuk memberikan pelayanan maksimal agar konsumen atau pelanggan merasakan nyaman dan puas. Fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam kegiatan suatu produk.

Raharjani (2005) menyatakan bahwa apabila suatu bisnis jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa.

Menurut Kertajaya (2003) pemberian fasilitas yang memadai akan membantu meningkatkan empati konsumen terhadap setiap kondisi yang tercipta pada saat konsumen melakukan pembelian. Sehingga secara psikologis

mereka akan berminat untuk menggunakan jasa bisnis tersebut untuk berulang kali.

Fasilitas merupakan unsur individual dari penawaran yang mudah dikembangkan atau dikurangi tanpa perlu mengubah kualitas dan model suatu jasa. Fasilitas juga merupakan alat untuk membedakan program atau kelengkapan pesaing yang satu dengan pesaing yang lainnya. Wujud fisik (*tangible*) adalah kebutuhan pelanggan yang berfokus pada fasilitas berbentuk fisik dan nyata seperti gedung, alat, mesin, dan ruangan. Maupun tersedianya tempat parkir, ruang tunggu, pendingin ruangan, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan, sarana komunikasi serta penampilan karyawan atau tenaga kerja yang ada.

2.1.3. Harga

Tjiptono (2007) mendefinisikan harga dari dua sudut pandang, yaitu dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sementara itu, dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga yang di tentukan.

Menurut Kotler dan Amstrong yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:410) Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Sedangkan menurut Buchari Alma (2011:169) harga sebagai nilai

suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Harga mempunyai dua peranan dalam keputusan yang diambil pembeli atau pelanggan, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi. Selanjutnya pengertian harga menurut Daryanto (2013:62) mendefinisikan harga sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk.

Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan (Ferdinand, 2006).

Bachtiar (2011:106) menyebutkan tiga indikator harga yaitu: keterjangkauan bagi semua kalangan, kewajaran dalam penetapan biaya serta fleksibilitas dan keringanan.

Penetapan harga suatu produk atau jasa tergantung dari tujuan perusahaan atau penjual yang memasarkan produk tersebut. Menurut Harini (2008) penetapan harga memiliki tujuan yaitu:

1. Penetapan harga suatu produk memiliki tujuan untuk mencapai target perusahaan untuk memperoleh penghasilan serta mendapatkan target investasi

yang sudah ditentukan presentase keuntungannya, sehingga untuk memenuhi hal tersebut diperlukan adanya penetapan harga pasti dari suatu produk yang telah diproduksi perusahaan.

2. Fungsi penetapan harga yang kedua merupakan hal yang harus diperhatikan

- untuk kestabilan harga suatu produk atau jasa.
3. Penetapan harga dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan produk atau jasa dalam peredaran pasar, sehingga tetap dapat bertahan dipasaran.
 4. Penetapan harga harus dilakukan untuk mencegah terjadinya persaingan dengan perusahaan lain yang memiliki produk yang hampir sama.
 5. Bisnis menetapkan harga untuk menentukan laba yang akan didapat oleh bisnis tersebut agar tetap dapat memproduksi suatu barang yang akan dipasarkan.

Harga memiliki dua peranan utama dalam pengambilan keputusan para pembeli (Tjiptono, 2007), yaitu:

1. Peranan alokasi harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperolehnya manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.
2. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam memberi tahu konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang tinggi mencerminkan kualitas yang baik.

2.1.4. Kebijakan Harga

Metode Kebijakan Harga Menurut Tjiptono (2007) metode penetapan secara garis besar dikelompokkan menjadi empat kategori utama, yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan, berbasis biaya, berbasis laba, dan berbasis persaingan.

a. Metode Penetapan Berbasis Permintaan

Metode ini lebih menekankan faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan daripada faktor-faktor seperti biaya, laba, dan persaingan. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, diantaranya yaitu:

1. Kemampuan para pelanggan untuk membeli atau kemauan pelanggan untuk membeli.
2. Posisi suatu produk dalam gaya hidup pelanggan, yakni menyangkut apakah produk tersebut merupakan simbol status atau hanya produk.
3. Manfaat yang diberikan produk tersebut kepada pelanggan.
4. Harga-harga produk substitusi.

b. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Faktor penentu utama dalam metode ini adalah aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga menutupi biaya-biaya langsung, biaya *overhead*, dan laba.

c. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dilakukan atas dasar target *volume* laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi.

d. Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan, atau laba harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan.

Tujuan Penetapan Harga sebuah bisnis dalam menetapkan suatu harga pada produk atau jasa mempunyai beberapa tujuan. Menurut Basu Swastha (2000), tujuan penetapan harga dibagi menjadi empat, yaitu:

1. Mendapatkan laba maksimal.
2. Mempertahankan pelanggan.
3. Menggapai pengembalian investasi yang telah ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih.
4. Menguasai Pangsa Pasar .
5. Mempertahankan *Market share*.

Menurut Ririn dan Mastuti (2011:62) faktor yang mempengaruhi atau perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga jasa, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Elastisitas permintaan.
2. Struktur biaya.
3. Persaingan.
4. *Positioning* dari jasa yang ditawarkan.

5. Sasaran yang ingin dicapai perusahaan.
6. Siklus atau daur hidup jasa.
7. Sumber daya yang dipergunakan.
8. Kondisi ekonomi.

Indikator Harga Menurut Stanton (dalam Rosvita, 2010:24), ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.
3. Daya saing harga, yaitu penawaran harga yang diberikan oleh produsen/penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

Kertajaya (2002) mengungkapkan bahwa indikator penilaian harga dapat di lihat dari kesesuaian antara suatu pengorbanan dari konsumen terhadap nilai yang diterimanya setelah melakukan pembelian, dan dari situlah konsumen akan mempersepsi dari produk atau jasa tersebut.

2.1.5. Pelanggan

Bisnis jasa ataupun barang pada saat ini berusaha sekuat tenaga mempertahankan pelanggan. Greenberg (2010) menyatakan bahwa **pelanggan** adalah seorang individu atau kelompok yang membeli produk fisik atau jasa dengan mempertimbangkan berbagai macam faktor seperti harga, kualitas, tempat, pelayanan dan lain sebagainya berdasarkan keputusan mereka sendiri.

Menurut Basu (2004) terdapat empat kelompok pelanggan berdasarkan kesetiaan yaitu:

- (a) *No Loyalty* (tidak ada kesetiaan), merupakan kelompok pelanggan yang mempunyai frekuensi pembelian ulang dan sikap yang rendah. Sikap ini menunjukkan bahwa perusahaan kurang berhasil dalam mengkombinasikan produk.
- (b) *Serious Loyalty* (kesetiaan palsu), merupakan kelompok pelanggan yang berulang kali melakukan pembelian tetapi sikap terhadap produk relatif rendah. Hal ini terjadi karena faktor situasional/kondisi pasar yang memaksa konsumen untuk melakukan pembelian ulang.
- (c) *Latent Loyalty* (kesetiaan laten), merupakan kelompok pelanggan yang memiliki kesetiaan laten. Kelompok ini lebih banyak terjadi karena pengaruh dari lingkungan pasar dimana norma norma dan situasi sosial berkurang mendukung pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.
- (d) *Loyalty* (Setia), adalah pelanggan setia yaitu kelompok pelanggan yang mempunyai sikap puas terhadap produk dan pembelian ulang.

2.1.6. Minat Pelanggan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi timbulnya minat. Crow and Crow (Dimiyati Mahmud, 2001:56) berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

1. Dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan untuk makan. Dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain. Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain.
2. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Misalnya minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapatkan persetujuan atau penerimaan dan perhatian orang lain. Minat untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan timbul karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat, karena biasanya yang memiliki ilmu pengetahuan cukup luas (orang pandai) mendapat kedudukan yang tinggi dan terpandang dalam masyarakat.
3. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

Menurut Basrah dan Samsul (2012:7) terdapat empat dimensi minat beli ulang yaitu:

1. Minat transaksional, kecenderungan konsumen untuk selalu membeli ulang produk/jasa yang telah dikonsumsinya.
2. Minat referensial, kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk/jasa yang telah dikonsumsinya kepada orang lain.
3. Minat preferensial, perilaku konsumen yang menjadikan produk/jasa yang telah dikonsumsinya sebagai pilihan utama.
4. Minat eksploratif, keinginan konsumen untuk selalu mencari informasi mengenai produk/jasa yang diminatinya.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dibawah ini dipaparkan untuk menjadi perbandingan Antara penelitian ini dengan penelitian yang pernah dilakukan. Dengan menyamakan variabel yang ada pada penelitian ini, berikut penelitian terdahulu yang berhasil diperoleh penulis:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

PENELITI	JUDUL	METODE ANALISIS	HASIL

<p>Titisari (2013)</p>	<p>Pengaruh fasilitas, biaya rawat inap dan promosi terhadap minat pasien rawat inap di rumah sakit PKU Muhammadiyah Karanganyar.</p>	<p>Koefisien determinasi, Uji t, Uji f, Analisis Regresi Linear Berganda</p>	<p>Berdasarkan analisis data penelitian dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh negatif terhadap minat pasien, sedangkan biaya, dan promosi berpengaruh positif terhadap minat pasien rawat inap di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Karanganyar. Hasilnya adalah R² sebesar (0,789) menunjukkan bahwa 78,9 % variabel minat pasien dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan yaitu keandalan, ketanggapan, keyakinan, keberwujudan dan empati sedangkan sisanya 21,1 % lainnya dijelaskan variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.</p>
<p>Kartika (2011)</p>	<p>Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap minat pasien (studi pada pasien klinik as syifa di kabupaten</p>	<p>Analisis Regresi Linier Berganda.</p>	<p>Variabel kualitas layanan, harga, dan fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat pasien. Nilai <i>Adjusted R square</i> 0,508 menunjukkan bahwa 50,8 persen variasi dalam minat pasien dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen dalam penelitian ini. Sedangkan sisanya sebesar 49,2 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.</p>

	Bekasi)		
Daksa (2012)	Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas tenaga medis dan fasilitas terhadap minat pasien rawat inap di RSIA ummu hani Purbalingga.	uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, Analisis Regresi Linier Berganda.	Penelitian ini telah memperoleh hasil positif signifikan pada analisis kualitas layanan, kualitas tenaga medis, dan fasilitas terhadap minat pasien. Nilai <i>R square</i> yang disesuaikan adalah 0,443 yang menunjukkan bahwa minat pasien dapat dijelaskan oleh 44,3 persen melalui ketiga variabel tersebut. Sedangkan sisanya 55,7% adalah karena variabel lain yang tidak dianalisis secara menyeluruh dalam penelitian ini.

<p>Faradisa (2011)</p>	<p>Analisis pengaruh variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada indonesian <i>coffeeshop</i> semarang (<i>icos café</i>).</p>	<p>Analisis Regresi Linear Sederhana, Uji f.</p>	<p>Urutan secara individu masing-masing variabel berpengaruh adalah variabel kualitas pelayanan dengan koefisien regresi sebesar 0,47, diikuti variasi produk dengan regresi sebesar 0,418 dan yang terakhir variabel fasilitas dengan koefisien regresi sebesar 0,229. Model persamaan ini memiliki nilai F hitung sebesar 46,639 dan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0,05, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu minat beli ulang.</p>
<p>Nurbiyanti (2008)</p>	<p>Pengaruh fasilitas perpustakaan dan kinerja pustakawan terhadap minat baca siswa SMK Negeri 2 Blora.</p>	<p>Analisis Regresi Linier Berganda, Uji f, uji t.</p>	<p>Hasil regresi linier berganda $Y=20,448+0,379X_1+0,317X_2$. Hasil uji simultan menunjukkan F hitung sebesar 29,252 dengan sig. 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil uji parsial : 1) Nilai t hitung variabel fasilitas perpustakaan = 4,091 dengan sig. 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. 2) Nilai t hitung variabel kinerja pustakawan = 3,297 dengan sig. 0,001 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a</p>

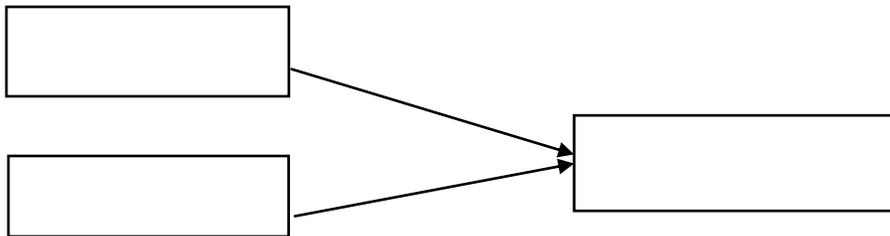
			diterima. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah fasilitas perpustakaan dan kinerja pustakawan berpengaruh terhadap minat baca siswa SMK Negeri 2 Blora baik secara simultan maupun parsial. Fasilitas perpustakaan mempunyai pengaruh lebih besar terhadap minat baca siswa.
Apriani (2011)	Analisis pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap minat mereferensikan (studi kasus pada konsumen jasa pelayanan cuci sepeda motor dan mobil <i>star clean</i> di Semarang).	Uji t dan Uji F, Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Linear Berganda.	Berdasarkan analisis data, menunjukkan bahwa variabel fasilitas memiliki nilai positif dan pengaruh terbesar dari mulut ke mulut <i>Star Clean</i> , dan kepuasan pelanggan juga memiliki pengaruh positif pada <i>word of mouth Star Clean</i> dan kualitas layanan juga memiliki pengaruh positif pada <i>word of mouth Star Clean</i> dan <i>the Statisfication</i> variabel memiliki pengaruh paling positif terhadap <i>word of mouth</i> dari <i>Star Clean</i> .

Fure (2013)	Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca.	Analisis Regresi Linier Berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca. Saran penelitian adalah, pihak pengelola pasar tradisional Bersehati harus lebih meningkatkan kualitas layanan dan kebersihan lokasi, agar konsumen tertarik untuk berbelanja pada pasar tradisional Bersehati Calaca..
Kusuma (2009)	Analisis pengaruh kualitas produk, daya tarik promosi dan harga terhadap minat beli (studi kasus <i>starone</i> di area jakarta pusat).	Analisis Regresi Linear Berganda.	Hasil telah menunjukkan bahwa model cukup baik. Dan variabel-variabel dari kualitas produk, daya tarik promosi dan harga menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli voucher <i>StarOne</i> .

<p>Joel (2014)</p>	<p>Pengaruh motivasi, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen sepeda motor <i>matic</i> merek yamaha mio di kota Manado.</p>	<p>Uji f, Analisis Regresi Linear Berganda.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan motivasi, persepsi harga dan kualitas produk secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen di kota Manado. Manajemen perusahaan harus memperhatikan persepsi bahwa harga dapat meningkatkan volume penjualannya.</p>
<p>Saidani (2012)</p>	<p>Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada <i>ranch market</i>.</p>	<p>Uji F, Analisis Regresi Linear Berganda.</p>	<p>Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada <i>ranch market</i>.</p>

2.3. Kerangka pemikiran

Berdasarkan teori yang dikemukakan diatas, maka pengembangan kerangka pikir dapat dilihat seperti dibawah ini:



Model tersebut menerangkan bahwa variabel Fasilitas (X1), variabel Kebijakan harga (X2), berpengaruh terhadap variabel Minat pelanggan (Y) pada pada Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia.

2.4. Hipotesis

Hipotesis merupakan hasil pemikiran rasional yang dilandasi oleh teori, dalil, hukum, dan sebagainya yang sudah ada sebelumnya. Hipotesis juga dapat berupa pernyataan yang menggambarkan atau memprediksi hubungan - hubungan tertentu di antara dua variabel atau lebih, yang kebenaran hubungan

tersebut tunduk pada peluang untuk menyimpang dari kebenaran Sanusi (2011 : 44).

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Fasilitas mempunyai pengaruh terhadap Minat Pelanggan.

H2 : Kebijakan Harga mempunyai pengaruh terhadap

Minat Pelanggan.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi pada Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia. Beralamat. Jl.Perumahan Cikeas Gardenia Blok C1 no 1 RT/RW 001/021 Kelurahan Cikeas Udik kecamatan Gunung Putri. Dan rincian waktu dalam penulisan skripsi ini sebagai berikut:

	Desember 2018	Januari 2019	Februari 2019	Maret 2019	April 2019	Mei 2019	Juni 2019	Juli 2019	Agustus 2019			
									I	II	III	IV
Penelitian Pendahuluan	■											
Penyusunan Proposal		■	■	■	■	■	■	■				
Pengumpulan Data									■			
Analisis Data										■		
Pelaporan											■	■

3.2. Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data

numerical atau angka yang diperoleh dengan metode statistik serta dilakukan pada penelitian inferensial atau dalam rangka pengujian hipotesis sehingga diperoleh signifikansi hubungan antara variabel yang diteliti. Sugiyono (2015).

Karakteristik metode kuantitatif:

1. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen yang terstruktur, seperti kuesioner, lembar survei atau *polling*.
2. Hasil analisis didasarkan pada sampel yang merupakan representasi dari populasi.
3. Studi yang sama bisa diulangi dikemudian hari untuk mencapai level reliabilitas atau tingkat kepercayaan yang tinggi.
4. Semua aspek yang diperlukan untuk studi telah dipersiapkan secara matang sebelum proses pengumpulan data, termasuk instrumen penelitian.
5. Data berbentuk numerik, angka atau statistik
6. Peneliti menggunakan alat bantu analisis seperti *software* komputer untuk mengolah data seperti *SPSS*, *Microsoft Excel*, dll.
7. Penelitian kuantitatif mengutamakan objektivitas data dalam mengkaji suatu fenomena sosial.

3.3. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Operasionalisasi Variabel juga digunakan untuk mengetahui gambaran kuesioner yang akan disebar kepada responden dalam hal ini adalah pelanggan di klinik. Variabel penelitian dari penelitian yang akan di teliti adalah Minat Pelanggan sebagai variabel dependen (Y) dan Fasilitas (X1), Kebijakan Harga (X2) sebagai variabel independen (X). Indikator merupakan gambaran umum pertanyaan atau pernyataan yang akan digunakan pada kuesioner. Penulis menggunakan Skala Likert dengan interval 1-5. Berikut operasionalisasi variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3.1

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM
Fasilitas (X₁) Fasilitas “segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha”. Wahyuningrum (2004: 4).	1. Kamar pasien.	1, 2
	2. Ruang tunggu.	3, 4
	3. Ruang berobat.	5, 6
	4. Fasilitas pelengkap.	7, 8
	5. Alat kesehatan/kebidanan.	9, 10

<p>Kebijakan harga (X₂)</p> <p>Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedang ketiga elemen lainnya seperti produk, distribusi dan promosi hanya menimbulkan biaya. Harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang fleksibel yang dapat diubah dengan cepat, tidak seperti ciri khas produk dan saluran distribusi. Kotler dan Keller (2007:340)</p>	1. Harga persalinan.	11,12
	2. Harga obat.	13
	3. Harga dari pesaing.	14, 15
	4. Penggunaan fasilitas.	16, 17,18
	5. Subsidi harga.	19, 20
<p>Minat pelanggan (Y)</p> <p>Minat pelanggan adalah inisiatif responden dalam pengambilan keputusan untuk membeli sebuah produk. Model terperinci perilaku konsumen tersebut menjelaskan bahwa rangsangan pemasaran yang terdiri dari variabel</p>	1. Minat atas jasa yang ada.	21, 22
	2. Minat untuk promosi klinik.	23, 24
	3. Minat berlangganan ulang .	25, 26
	4. Minat pelanggan mengenai lokasi.	27, 28
	5. Minat atas pelayanan.	29, 30

<p>marketing mix yaitu produk, harga, tempat, promosi sebagai komponen utama dalam pemasaran. Komponen utama tersebut juga dipengaruhi oleh adanya rangsangan lainnya yaitu bersifat eksternal yaitu ekonomi, teknologi, politik, budaya Oentoro (2012:11).</p>		
---	--	--

Operasionalisasi Variabel

3.4. Populasi, Sampel dan Metode Sampling

3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seseorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006).

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Bogdan dalam Sugiyono, 2015:244).

Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan di Klinik bidan Vera Cikeas Gardenia. Berikut data populasi atau pelanggan di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia pada tahun 2017-2018:

Tabel 3.1

Jumlah Populasi

NO	TAHUN	JUMLAH PASIEN
1	2017	6008
2	2018	2856
Jumlah Populasi		8864

3.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2015:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena

keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

1. Nilai $e = 0,1$ (10%) untuk populasi dalam jumlah besar
2. Nilai $e = 0,2$ (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil.

Penulis menggunakan nilai e sebesar 10% maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

Rumus mencari sampel :

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

Berikut hasil perhitungan sampel dari rumus diatas :

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = ukuran populasi

e = *margin of error*

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh diatas, maka jumlah sampel yang diteliti adalah 98,88 responden. Untuk memudahkan penelitian maka penulis mengambil sampel sebesar 100 responden.

3.4.2. Metode Sampling

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *probability sampling*. yaitu semua elemen dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Ferdinand, 2006).

Probability sampling terdiri dari:

1. Simple Random Sampling

Metode sampling jenis ini dilakukan dengan memberikan kesempatan yang sama pada semua elemen untuk dapat dipilih sebagai sampel.

2. Systematic Sampling

Metode sampling jenis ini dilakukan dengan cara peneliti memberikan batasan berupa suatu elemen dari setiap populasi yang akan terpilih sebagai sampel, dengan demikian elemen pertama dari setiap kelipatan akan terpilih menjadi sampel. Penentuan urutan elemen tetap dilakukan secara *random* atau acak. Sampling sistematis biasanya digunakan dalam *traffic survey* atau *marketing research*. Ada beberapa peneliti menganggap sampling sistematis bukan merupakan sampling acak, padahal pada dasarnya sampling sistematis

merupakan sampling acak karena pemilihan pertama menggunakan random start yang dilakukan secara acak. Dan ada juga beberapa peneliti yang mengatakan bahwa sampling sistematis sebagai *Quasi random sampling* atau *Pseudo random sampling*.

3. *Stratified Random Sampling*

Sampling desain jenis ini dilakukan dengan cara membagi populasi yang ada menjadi beberapa kelompok sesuai dengan klasifikasi dengan mendasarkan diri pada relevansi, kebutuhan, dan keselarasan dengan tujuan studi. Setelah itu elemen akan dipilih dari tiap-tiap kelompok secara *random* atau acak.

4. *Cluster Sampling*

Desain sampel jenis ini akan cocok untuk dipilih jika peneliti ingin dalam setiap kelompok elemen heterogenitasnya tetap terjaga. Penulis berharap komposisi dari sampel akan diusahakan sedemikian rupa sehingga serupa dengan karakteristik populasi tersebut.

5. *Area Sampling*

Area sampling ini sebenarnya sama dengan *cluster sampling*, hanya bedanya adalah dasar untuk mengelompokkannya adalah faktor geografis, seperti misalnya negara, benua, provinsi, kota, serta kecamatan.

6. *Double Sampling*

Jenis sampling ini akan dipergunakan jika peneliti ingin mendapatkan data lebih detail dari data yang telah didapatkan sebelumnya.

3.5. Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Teknik Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain.

3.5.2. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapatkan data, baik yang dilakukan melalui telpon, surat atau bertatap muka (Ferdinand, 2006). Pada dasarnya pemakaian alat ukur berupa kuesioner memiliki kesamaan dalam hal asumsi, praktis dan banyak digunakan untuk penelitian. Kuesioner memiliki kelebihan yang banyak, karena itu penulis menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

3.6. Instrumen Penelitian

Menurut Notoatmodjo, (2010) instrumen penelitian adalah alat-alat yang akan digunakan untuk mengumpulkan data, instrumen penelitian ini dapat berupa kuesioner, formulir observasi, formulir-formulir lain yang berkaitan dengan pencatatan data dan sebagainya. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden berupa laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Macam – macam kuesioner antara lain:

1. Kuesioner tertutup

Setiap pertanyaan telah disertai sejumlah pilihan jawaban. Responden hanya memilih jawaban yang paling sesuai.

2. Kuesioner terbuka

Dimana tidak terdapat pilihan jawaban sehingga responden harus memformulasikan jawabannya sendiri.

3. Kuesioner kombinasi terbuka dan tertutup

Dimana pertanyaan tertutup kemudian disusul dengan pertanyaan terbuka.

4. Kuesioner semi terbuka

Pertanyaan yang jawabannya telah tersusun rapi, tetapi masih ada kemungkinan tambahan jawaban.

Menurut Suharsimi Arikunto (2002: 129), keuntungan menggunakan kuesioner adalah:

- a. Tidak memerlukan kehadiran peneliti.
- b. Dapat dibagi secara serentak kepada banyak responden.

- c. Dapat dijawab oleh responden menurut kecepatan masing-masing, dan menurut waktu senggang responden.
- d. Dapat dibuat anonim sehingga responden bebas jujur dan tidak malu untuk menjawab.
- e. Pertanyaan dibuat sama untuk masing-masing responden.

Sedangkan kelemahan dari penggunaan angket adalah:

- a. Responden dalam menjawab sering tidak teliti sehingga ada yang terlewatkan.
- b. Seringkali sukar dicari validitasnya.
- c. Walaupun anonim kadang responden sengaja memberikan jawaban yang tidak jujur.
- d. Sering tidak kembali jika dikirim lewat pos.
- e. Waktu pengembaliannya tidak bersamaan.

Instrumen kuesioner harus diukur validitas dan reliabilitas datanya sehingga penelitian tersebut menghasilkan data yang valid dan reliabel. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula.

Menurut Cooper dan Schindler (2006), penskalaan adalah prosedur untuk memberikan angka atau nilai ke suatu property dari obyek dengan tujuan memberi beberapa karakteristik dari angka tersebut ke properti yang dinyatakan. Terdapat dua macam metode penskalaan yaitu skala ranting dan

skala ranking. Skala rating digunakan untuk memberi nilai ke suatu variabel atau konstruk. Jenis-jenis skala rating antara lain skala likert, *semantic differential scale* dan sebagainya. Sedangkan skala ranking membandingkan dua atau lebih obyek untuk memilih obyek yang lebih baik. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan Skala Likert yang berjumlah 5 poin. Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu :

Tabel 3.2

Skala Likert

NO	Pilihan	Nilai
1	STS : Sangat Tidak Setuju	1
2	TS : Tidak Setuju	2
3	N : Netral	3
4	S : Setuju	4
5	SS: Sangat Setuju	5

Skala ini mudah dipakai untuk penelitian yang terfokus pada responden dan obyek, sehingga dengan teknik penelitian ini dapat mempelajari bagaimana respon yang berbeda dari tiap–tiap responden. Responden mengisi jawaban dengan cara memberi centang pada kolom pilihan.

3.7. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.7.1. Uji Instrumen

Uji validitas dan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur instrumen penelitian, yang pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Berikut penjelasan dari masing-masing pengujian instrumen:

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah tes dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur. Penelitian yang valid artinya bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Uji validitas terdiri atas dua jenis yaitu validitas eksternal dan validitas internal. Validitas eksternal menunjukkan bahwa hasil dari suatu penelitian adalah valid sehingga dapat di generalisir (generalisasi) ke semua objek, situasi dan waktu. Sedangkan validitas internal menunjukkan kemampuan dari instrument penelitian untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dari suatu konsep. Pada penelitian ini penulis menggunakan uji validitas internal dan diolah dengan menggunakan alat analisis *SPSS 16.0 for Windows*.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjuk suatu pengetahuan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya. Suatu tes dikatakan mempunyai taraf kepercayaan yang tinggi jika tes tersebut dapat memberikan hasil yang tetap. Maka pengertian realibilitas tes, berhubungan dengan masalah ketetapan hasil tes.

Uji reliabilitas menunjukkan akurasi, ketetapan dan konsistensi kuesioner dalam mengukur variabel. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Sugiyono (2007: 137) menjelaskan perbedaan antara penelitian yang valid dan reliabel dengan instrumen yang valid dan reliabel sebagai berikut, jika objek berwarna merah, sedangkan data yang terkumpul berwarna putih maka hasil penelitian tidak valid. Sedangkan penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Kalau dalam objek kemarin berwarna merah, maka sekarang dan besok tetap berwarna merah.

3.7.2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linear bertujuan untuk menghindari munculnya bias dalam analisis data serta untuk menghindari kesalahan spesifikasi (*misspesification*) model regresi yang digunakan.

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Uji Normalitas adalah Uji yang

paling sering dilakukan sebagai syarat untuk uji parametris, misalnya uji regresi linear, data panel, uji t dan uji f serta uji parametris lainnya. Ada 2 cara uji normalitas yaitu:

a. Uji Grafik P-Plot

Pada dasarnya normalitas sebuah data dapat dideteksi dengan melihat persebaran data atau titik pada sumbu diagonal dari residualnya, dengan ketentuan sebagai berikut:

- Data dikatakan terdistribusi normal, jika data atau titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.
- Sebaliknya data dikatakan tidak terdistribusi normal, jika data atau titik menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal.

b. Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

Kelebihan dari uji ini adalah sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi di antara satu pengamat dengan pengamat yang lain, yang sering terjadi pada uji normalitas dengan menggunakan grafik. Hasil diperoleh dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* apabila nilai lebih besar < 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa data yang ada terdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak

terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan.

Pengujian dapat dilakukan dengan cara:

a. Uji Grafik Scatterplot

Hasil uji ini berupa grafik berupa penyebaran plot atau titik-titik.

Data dikatakan tidak memiliki masalah heteroskedastisitas apabila plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada satu tempat dan tidak membentuk pola apapun seperti segitiga, bulat, ataupun segi empat.

b. Uji Glejser

Pengujian dilakukan dengan mentransformasikan nilai residual menjadi absolut residual dan meregresnya dengan variabel independen dalam model. Jika diperoleh nilai signifikansi untuk variabel independen > 0.5 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.7.3. Metode Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda. Menurut Sugiyono (2015) analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini, maka digunakan analisis regresi linier berganda (*Multiple Regression*). Model

regresi adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen (Ferdinand, 2006). Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel bebas (X) terhadap satu variabel terikat atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama.

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda . Hasil analisis regresi linier ganda yang utama adalah nilai koefisien korelasi R, nilai koefisien determinasi *Adj.R.Square*, dan model persamaan regresi linier ganda. Hasil ini bisa didapatkan melalui alat analisis *SPSS 16.0 for Windows*.

Adapun regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

X_1 : Fasilitas

X_2 : Kebijakan Harga

Y: Minat Pelanggan

α : Konstanta

β_1 : Koefisien Regresi Fasilitas

β_2 :Koefisien Regresi Kebijakan Harga

3.7.4. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Menurut Gujarati dan Poter (2010).

Jika dalam uji regresi didapat nilai *adjusted R-Squares* negatif, maka nilai tersebut dianggap nol. Pada analisis ini akan diketahui seberapa besar sumbangan seluruh variabel yaitu Fasilitas dan Kebijakan Harga pada Minat Pelanggan.

3.7.5. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh antar variabel, baik secara simultan maupun parsial. Berikut pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini:

1. Uji f (simultan)

Menurut Imam Ghozali (2013:98) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-f yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig f) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0.05$).

Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Jika sig F hitung $< \alpha$ maka H_a diterima dan H_o ditolak , artinya terdapat pengaruh Fasilitas dan Kebijakan harga terhadap Minat Pelanggan.
- b. Jika sig F hitung $> \alpha$ maka H_a ditolak dan H_o diterima , artinya tidak terdapat pengaruh Fasilitas dan Kebijakan Harga terhadap Minat Pelanggan.

2. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji t adalah pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig t) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0.05$). Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Jika Sig t $< 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak , artinya terdapat pengaruh Fasilitas terhadap Minat Pelanggan.
- b. Jika Sig t $> 0,05$, maka H_a ditolak dan H_o diterima , artinya tidak terdapat pengaruh Kebijakan Harga terhadap Minat Pelanggan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

Nama Perusahaan : Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia

Alamat : Jl.Perumahan Cikeas Gardenia Blok C1 no 1 RT/RW

001/021 Kelurahan Cikeas Udik kecamatan Gunung

Putri, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.

Jam Operasional : 06.00 – 13.00 dan 16.00 – 22.00 Wib

Layanan : USG, persalinan, imunisasi anak, tindik telinga,
pemeriksaan kesehatan

Klinik Bidan Vera terletak di jalan utama perumahan Cikeas gardenia. Berseberangan dengan mushola dan ruko perumahan. Lokasi klinik sangat mudah dijangkau oleh masyarakat umum karena merupakan satu-satunya klinik yang berada di dekat pintu gerbang perumahan. Dengan adanya papan nama klinik yang mengarah langsung ke jalan utama, dan bangunan klinik yang tidak memakai pagar, menjadi alasan utama klinik sangat mudah dikenali oleh masyarakat umum.

Dari segi bangunan, klinik ini merupakan hasil renovasi dari bangunan dasar perumahan. Klinik terdiri dari 2 rumah yang dijadikan satu oleh pemilik. Bangunan utama yang merupakan Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia, dan bangunan dibelakang klinik merupakan rumah pribadi pemilik klinik. Pintu masuk klinik merupakan pintu geser dengan kaca bening sehingga memudahkan pelanggan untuk melihat kendaraan atau lingkungan luar dari dalam ruang tunggu.

Saat masuk ke klinik, pelanggan akan langsung berada di ruang tunggu. Kursi yang terdapat pada ruang tunggu merupakan kursi deret berbahan besi yang terjaga kebersihannya. Di depan ruang tunggu merupakan meja administrasi untuk pendaftaran, yang bertugas di meja administrasi adalah

asisten klinik. Di sebelah kiri ruangan terdapat ruang konsultasi, dan sebelah kanan terdapat ruang persalinan.

Fasilitas di Klinik Bidan Vera Cikeas gardenia meliputi:

1. USG

Ultrasonografi medis (sonografi) adalah sebuah teknik diagnostik pencitraan menggunakan suara ultra yang digunakan untuk mencitrakan organ internal dan otot, ukuran mereka, struktur, dan luka patologi, membuat teknik ini berguna untuk memeriksa organ. Sonografi obstetrik biasa digunakan ketika masa kehamilan.

2. Tabung Oksigen

Tabung oksigen merupakan alat yang dapat menampung O₂ di dalam wadah, yang dapat digunakan sewaktu-waktu. Tabung oksigen dapat menjadi pertolongan pertama saat korban tidak sadarkan diri, dan pada saat itulah kinerja jantung mulai menurun, bila tidak mendapatkan kadar oksigen, pasien tersebut dapat meninggal dalam perjalanan. Selain itu tabung oksigen juga tidak difungsikan sebagai korban yang tidak sadarkan diri saja, melainkan pada seseorang yang mengalami gangguan pernafasan yang membutuhkan kinerja ekstra untuk menghirup udara.

3. Alat medis persalinan

- **Ventouse**

Ventouse digunakan untuk membantu mengeluarkan bayi dari mulut rahim dengan cara menempelkannya pada kepala bayi yang sudah kelihatan. Lalu alat ini akan menyedot bayi hingga keluar. Proses ini biasanya disebut vakum.

- **Forceps**

Fungsinya seperti ventouse, yakni membantu mengeluarkan bayi dalam persalinan. Salah satu ujungnya bulat, seukuran kepala bayi dan ujung lainnya merupakan penyangga/pegangan. Forceps digunakan untuk menarik kepala bayi saat sudah kelihatan di mulut rahim.

- **Drip Stand**

Tabung berisi cairan yang mungkin Anda butuhkan saat bersalin, yang dialirkan ke dalam tubuh Anda melalui selang.

Dan ada peralatan medis pelengkap seperti alat suntik, stetoskop, dll

4. Metode pembayaran

- **Melalui uang tunai**, yaitu dengan membayar langsung ke Konter klinik dengan sejumlah uang sesuai total pembayaran yang harus dibayar pasien.

- **Melalui BPJS kesehatan**, yaitu dengan melampirkan kartu BPJS kesehatan sehingga pasien mendapatkan keringanan pembayaran. Hal ini sangat menguntungkan bagi masyarakat tidak mampu.

4.1.2. Visi dan Misi

Dengan motto “Kepuasan anda merupakan kebahagiaan kami”, berikut visi dan misi yang ada di klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia:

- **Visi**

Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia mempunyai visi sebagai berikut:

Menjadi Klinik dan Rumah Bersalin yang bermutu, terjangkau, dan mandiri.

- **Misi**

1. Menciptakan suasana pelayanan yang nyaman dan aman bagi pasien, keluarga pasien, dan para tamu serta pengunjung klinik.
2. Membangun hubungan saling percaya diantara seluruh elemen yang terkait antara mitra medis pelayanan kesehatan dengan pasien dan keluarganya yang mendukung pola pelayanan kesehatan yang optimal.
3. Membangun citra pelayanan Klinik di masyarakat luas sehingga klinik mendapatkan simpati dan rasa percaya masyarakat untuk mendapatkan penanganan medis diklinik.

4. Menyediakan fasilitas pelayanan yang dapat menyerap aspirasi masyarakat baik dari segi biaya, letak geografis serta budaya sehingga dapat menjangkau seluruh golongan dan lapisan masyarakat.
5. Memegang teguh sikap pelayanan yang menjunjung tinggi nilai-nilai kepedulian dan kesigapan dalam melayani masyarakat.

4.2. Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner sebagaimana dijelaskan pada bab sebelumnya. Dari kuesioner tersebut, penulis mendapatkan data berupa jawaban dari pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk data hasil penelitian dan pembahasan pada bab ini. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia dengan sampel yang ditetapkan yaitu sebanyak 100 responden. Responden yang mengisi kuesioner adalah pasien yang sakit, melakukan pemeriksaan kehamilan, sampai imunisasi anak. Penyebaran kuesioner dilakukan bertahap pada tanggal 1 Agustus sampai 8 Agustus 2019. Kuesioner yang tersebar seluruhnya dapat terkumpul dan terisi dengan baik. Hasil pengolahan dan pengujian data pada penelitian ini menggunakan analisis statistik *SPSS 16.0 for Windows*.

4.2.2. Karakteristik responden

Responden yang ada dalam penelitian ini adalah pelanggan di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia. Karakteristik responden yang ada didalam penelitian ini didasarkan pada jenis kelamin, usia, pekerjaan responden, dan alasan berkunjung ke klinik. Pengadaan kolom data responden dimaksudkan agar penulis mengetahui secara spesifik kriteria responden yang mengisi tiap kuesioner.

Dari kuesioner yang dikumpulkan gambaran responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kategori Jenis Kelamin

Dalam kuesioner penulis menuliskan jenis kelamin sebagai pilihan dalam identitas responden. Dalam data yang diolah, didapat kesimpulan sebagai berikut:

Tabel 4.1.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

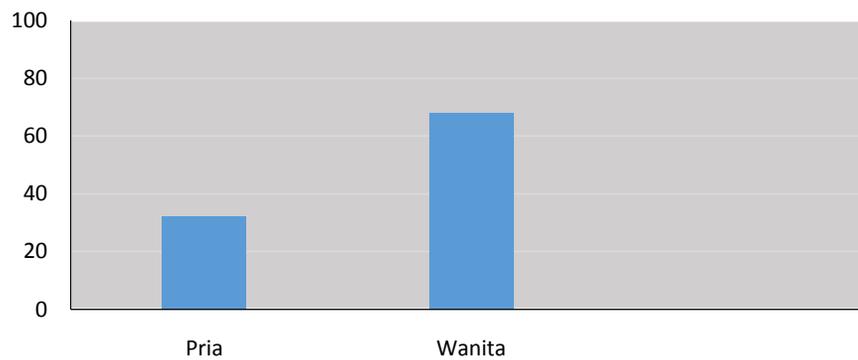
NO	JENIS KELAMIN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Pria	32	32 %

2	Wanita	68	68 %
	JUMLAH TOTAL	100 orang	100 %

Sumber : Data Kuesioner, 2019

Gambar 4.1.

Histogram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber : Data Kuesioner, 2019

Berdasarkan kuesioner yang terkumpul yaitu sebanyak 100 responden, didapatkan responden pria sebanyak 32 orang, atau sekitar 32 % dan sebanyak 68 orang responden adalah wanita atau sekitar 68 % dari jumlah keseluruhan responden.

2. Kategori Usia

Dalam kuesioner penulis menuliskan usia sebagai pilihan dalam identitas responden. Dalam data yang diolah, didapat kesimpulan sebagai berikut:

Tabel 4.2.

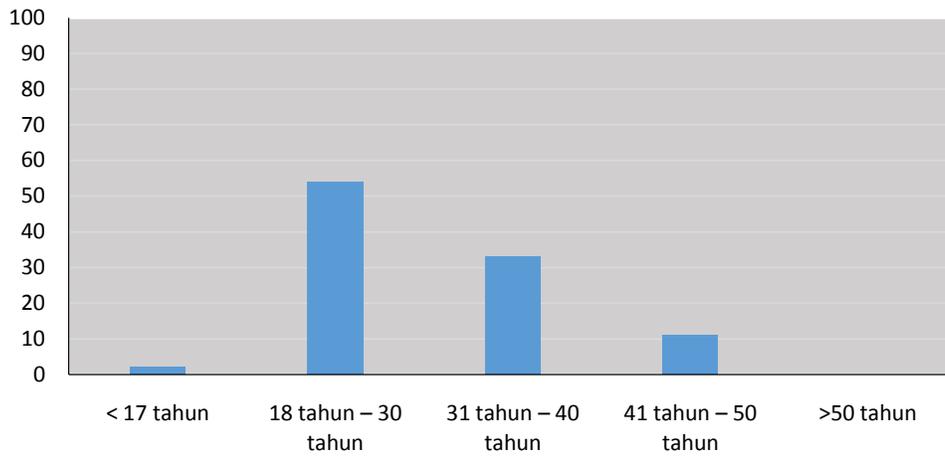
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

NO	USIA	JUMLAH	PERSENTASE
1	< 17 tahun	2	2 %
2	18 tahun – 30 tahun	54	54 %
3	31 tahun – 40 tahun	33	33 %
4	41 tahun – 50 tahun	11	11 %
5	>50 tahun	0	0 %
	JUMLAH TOTAL	100 orang	100 %

Sumber : Data Kuesioner, 2019

Gambar 4.2.

Histogram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber : Data Kuesioner, 2019

Berdasarkan kuesioner yang terkumpul yaitu sebanyak 100 responden, didapatkan responden berusia <17 tahun sebanyak 2 orang, atau sekitar 2 %, . Pada responden berusia antara 18-30 tahun sebanyak 54 orang, atau sekitar 54% . Sedangkan responden berusia antara 31-40 tahun sebanyak 33 orang, atau sekitar 33%. Responden berusia antara 41-50 tahun sebanyak 11 orang, atau sekitar 11%. Dan tidak terdapat responden berusia >50 tahun.

3. Kategori Pekerjaan

Dalam kuesioner penulis menuliskan pekerjaan sebagai pilihan dalam identitas responden. Dalam data yang diolah, didapat kesimpulan sebagai berikut:

Tabel 4.3

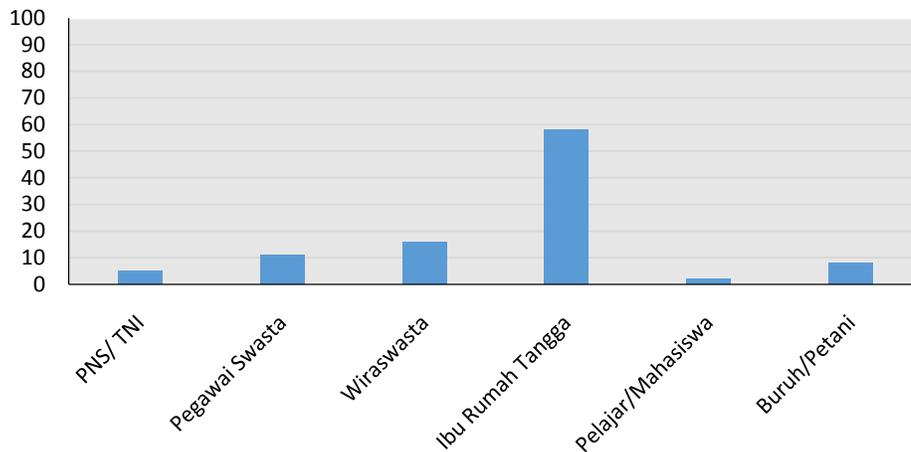
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

NO	PEKERJAAN RESPONDEN	JUMLAH	PERSENTASE
1	PNS/ TNI	5	5%
2	Pegawai Swasta	11	11%
3	Wiraswasta	16	16%
4	Ibu Rumah Tangga	58	58%
5	Pelajar/Mahasiswa	2	2%
6	Buruh/Petani	8	8%
	JUMLAH TOTAL	100 orang	100%

Sumber : Data Kuesioner, 2019

Gambar 4.3.

Histogram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber : Data Kuesioner, 2019

Pada tabel dan gambar diatas diperoleh responden yang bekerja sebagai PNS/TNI sebanyak 5 responden atau sekitar 5%. Responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 11 orang atau sekitar 11%. Responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 16 orang atau sekitar 16%. Ibu rumah tangga sebanyak 58 responden atau sekitar 58% responden.

4. Kategori Alasan Berkunjung ke Klinik

Dalam kuesioner penulis menuliskan alasan berkunjung ke klinik sebagai pilihan dalam identitas responden. Dalam data yang diolah, didapat kesimpulan sebagai berikut:

Tabel 4.4.

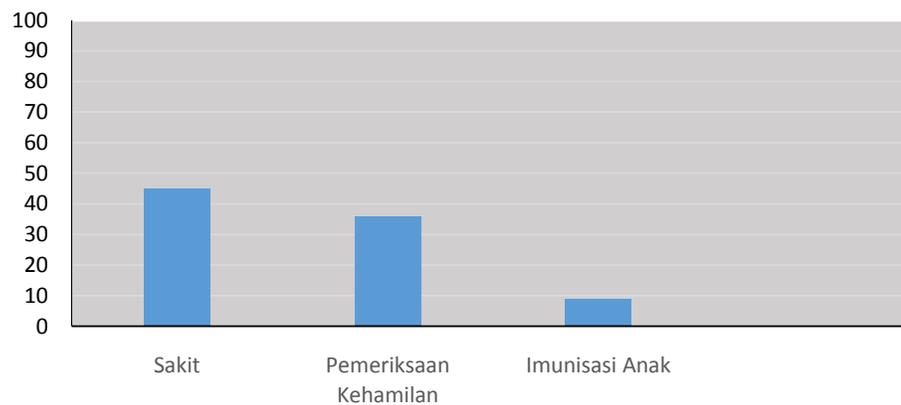
Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung ke Klinik

NO	ALASAN BERKUNJUNG KE KLINIK	JUMLAH	PERSENTASE
1	Sakit	45	45%
2	Pemeriksaan Kehamilan	36	36%
3	Imunisasi Anak	9	9%
	JUMLAH TOTAL	100 orang	100%

Sumber : Data Kuesioner, 2019

Gambat 4.4.

Histogram Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung ke Klinik



Sumber : Data Kuesioner, 2019

Dari kuesioner yang dikumpulkan sejumlah 45 orang atau sekitar 45% berkunjung ke klinik karena alasan sakit. Sebanyak 36 orang atau sekitar 36% melakukan pemeriksaan kehamilan. Dan yang melakukan imunisasi anak sebanyak 9 orang atau sekitar 9% responden.

4.2.3. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah instrumen atau indikator dalam penelitian benar-benar mampu mengukur kerangka (penelitian). Agar memperoleh nilai validitas pada kuesioner dan data, uji validitas dilakukan dengan cara mencermati indikator-indikator variabel. Berikut hasil uji validitas yang berhasil diolah menggunakan SPSS 16.0 for Windows:

Tabel 4.5
Uji Validitas Fasilitas (X1)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1_1	0.226	0.195	VALID
X1_2	0.227	0.195	VALID
X1_3	0.294	0.195	VALID
X1_4	0.243	0.195	VALID
X1_5	0.434	0.195	VALID
X1_6	0.326	0.195	VALID
X1_7	0.383	0.195	VALID
X1_8	0.524	0.195	VALID
X1_9	0.621	0.195	VALID
X1_10	0.587	0.195	VALID

Sumber : Hasil Output SPSS

Penilaian dilakukan dengan membandingkan nilai rtabel dengan rhitung pada taraf signifikansi 5%. Pada penelitian ini nilai rtabel dengan jumlah responden sebanyak 100 adalah 0.195.

Dari hasil analisis pada variabel fasilitas (X1) diperoleh gambaran nilai 10 indikator/ Pernyataan yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka seluruh indikator/ pernyataan pada variabel Fasilitas (X1) dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Tabel 4.6
Uji Validitas Kebijakan Harga (X2)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X2_1	0.242	0.195	VALID
X2_2	0.204	0.195	VALID
X2_3	0.305	0.195	VALID
X2_4	0.276	0.195	VALID
X2_5	0.403	0.195	VALID
X2_6	0.359	0.195	VALID
X2_7	0.396	0.195	VALID
X2_8	0.516	0.195	VALID
X2_9	0.607	0.195	VALID
X2_10	0.583	0.195	VALID

Sumber : Hasil Output SPSS

Pada Jumlah responden $N = 100$ dan taraf signifikansi 5% maka r_{tabel} sebesar 0.195. Dari hasil analisis pada variabel Kebijakan Harga (X2) diperoleh gambaran nilai 10 indikator/ pernyataan pada data yang diolah yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka seluruh indikator/ pernyataan pada variabel Kebijakan Harga (X2) dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Tabel 4.7.

Uji Validitas Minat Pelanggan (Y)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0.268	0.195	VALID
Y2	0.204	0.195	VALID
Y3	0.269	0.195	VALID
Y4	0.331	0.195	VALID
Y5	0.339	0.195	VALID
Y6	0.329	0.195	VALID
Y7	0.413	0.195	VALID
Y8	0.518	0.195	VALID
Y9	0.572	0.195	VALID
Y10	0.568	0.195	VALID

Sumber : Hasil Output SPSS

Dari tabel diatas diperoleh 10 item pernyataan pada variabel Minat Pelanggan rhitung > rtabel. Dari jumlah responden 100 orang maka rtabel adalah 0.195. karena seluruh item pernyataan pada variabel Minat Pelanggan (Y) diatas rhitung , maka seluruh item pernyataan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

4.2.4. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi terhadap instrumen-instrumen dalam mengukur konsep. Reliabilitas merupakan syarat untuk tercapainya validitas suatu kuesioner dengan tujuan tertentu.

Dalam mengukur reliabilitas alat pengukuran yang digunakan adalah Teknik *Alpha Cronbach*. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai reliabel. Jika *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,6 maka jawaban para responden dinyatakan tidak reliabel. Berikut hasil Uji Reliabilitas dengan menggunakan alat analisis *SPSS 16.0 for Windows*:

Tabel 4.8.
Uji Reliabilitas

Item	<i>Cronbach's alpha</i>	Batas nilai	Keterangan
X1	0,674	0,6	RELIABEL
X2	0,832	0.6	RELIABEL
Y	0,863	0,6	RELIABEL

Sumber : Hasil Output SPSS

Pada Uji Reliabilitas yang dilakukan pada 10 item pernyataan variabel Fasilitas (X1) didapatkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yaitu 0,674 lebih besar dari batas nilai 0,6. Kemudian Uji Reliabilitas yang dilakukan pada 10 item pernyataan variabel Kebijakan Harga (X2) didapatkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yaitu 0,832 lebih besar dari batas nilai 0,6. Pernyataan variabel Minat Pelanggan (Y) didapatkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yaitu 0,863 lebih

besar dari batas nilai 0,6. Maka seluruh item pernyataan pada penelitian ini dinyatakan Reliabel.

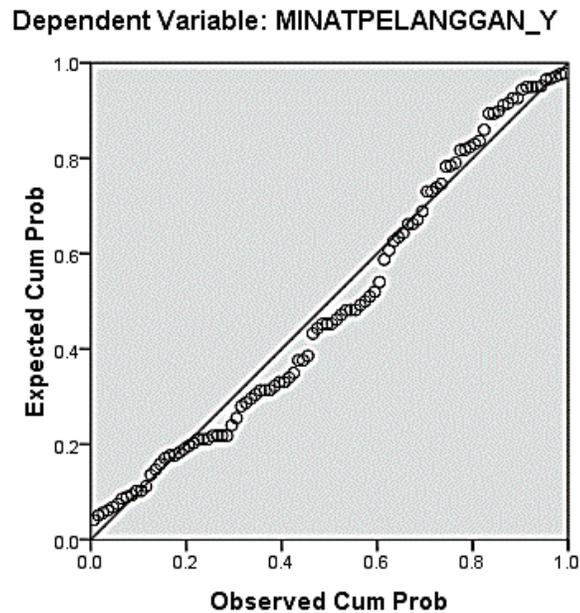
4.2.5. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian terhadap asumsi klasik normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal ataukah tidak. Berikut hasil olah data menggunakan *SPSS 16.0 for Windows* :

Gambar 4.5.
Uji Grafik Normal P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



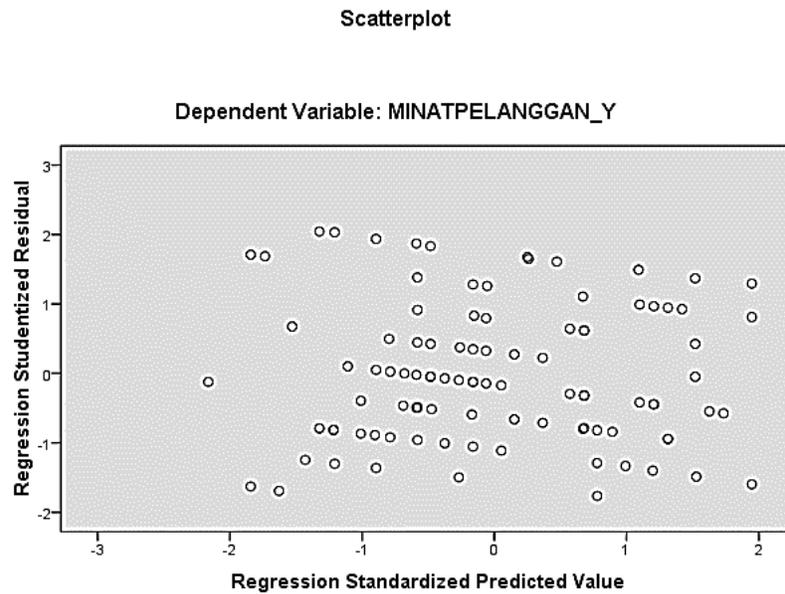
Sumber : Hasil Output SPSS

Dari grafik *normal probability plot* diatas dapat dilihat bahwa titik-titik plot sedikit melebar dari garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, berarti semua data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

3. Uji Heteroskedastisita

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah varians dari residual data dari satu observasi ke observasi lainnya berbeda ataukah tetap. Pengujian pertama dengan cara melihat grafik *scatterplot*, yaitu dilihat dari penyebaran plot atau titik-titik. Berikut hasil *output* menggunakan *SPSS 16.0 for Windows*:

Gambar 4.6.
Uji Grafik Scatterplot



Sumber : Hasil Output SPSS

Dari grafik scatterplot diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk suatu pola dan tidak berkumpul di satu tempat, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

4.2.6. Analisis Regresi Liner Berganda Fasilitas (X1) dan Kebijakan Harga (X2) Terhadap Minat Pelanggan (Y)

Pengujian dilakukan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kebijakan harga terhadap minat pelanggan, secara terpisah maupun pengaruh secara bersama. Berikut hasil pengolahan data menggunakan *SPSS 16.0 for Windows*:

Tabel 4.11.
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37.350	6.162		6.061	.000
	Fasilitas	-.054	.095	-.056	-.564	.574
	Kebijakan Harga	.211	.095	.219	2.214	.029

a. Dependent Variable: Minat Pelanggan

Sumber : Hasil Output SPSS

Berdasarkan tabel *coefficient* di atas, dapat diketahui bahwa persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 37.350 - 0.054X_1 + 0.211X_2$$

Keterangan:

Y = Minat Pelanggan

X1 = Fasilitas

X2 = Kebijakan Harga

Masing-masing angka dalam persamaan tersebut memiliki arti sebagai berikut:

1. Nilai konstanta 37.350, untuk variabel Fasilitas (X1) dan Kebijakan Harga (X2) dan bernilai positif. nilai tersebut berarti pada saat Fasilitas (X1) dan Kebijakan Harga (X2) bernilai 0 atau tidak ada, maka variabel Minat Pelanggan (Y) akan tetap memiliki nilai 37.350.

2. Koefisien variabel Fasilitas (X1) mempunyai nilai sebesar 0.054 adalah bernilai negatif atau tidak searah , sehingga persepsi pelanggan jika fasilitas dinaikkan maka minat pelanggan di Klinik Cikeas Gardenia menurun.
3. Koefisien variabel Kebijakan Harga (X2) mempunyai nilai sebesar 0.211 adalah bernilai positif atau searah , sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat Kebijakan Harga, maka semakin tinggi pula Minat Pelanggan pada Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia.

4.2.7. Koefisien Determinasi (R²)

Untuk mengetahui sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat, berikut hasilnya menggunakan *SPSS 16.0 for Windows*:

Tabel 4.12.
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.229 ^a	.053	.033	2.153	.053	2.688	2	97	.073	2.074

a. Predictors: (Constant), Kebijakan Harga, Fasilitas

b. Dependent Variable: Minat Pelanggan

Sumber : Hasil Output SPSS

Dari tabel *Model Summary* diperoleh Adjusted R² = 0.033 . artinya Fasilitas (X1) dan Kebijakan Harga (X2) mempunyai sumbangan efektif sebesar 3.3 % pada Minat Pelanggan (Y) sisanya 96.7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini.

Dapat disimpulkan juga bahwa fasilitas dan kebijakan harga tidak mempunyai sumbangan yang besar terhadap minat pelanggan di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia. Faktor lain seperti lokasi, kualitas pelayanan, dan citra baik klinik mungkin bisa menjadi faktor yang mempunyai sumbangan besar pada minat pelanggan di klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia.

4.2.8. Uji Hipotesis

1. Uji Simultan dengan F-Test

Uji f dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas dalam penelitian memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Berikut hasil pengolahan data menggunakan *SPSS 16.0 for Windows*:

Tabel 4.13.
Uji simultan F-Test
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.917	2	12.458	2.688	.073 ^a
	Residual	449.523	97	4.634		
	Total	474.440	99			

a. Predictors: (Constant), KEBIJAKANHARGA_X2, FASILITAS_X1

b. Dependent Variable: MINATPELANGGAN_Y

Sumber : Hasil Output SPSS

Berdasarkan tabel *anova* diatas diperoleh F hitung sebesar 2.688. Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$. dengan sig F hitung. Hasil dari pengujian diatas diperoleh sig F hitung $0.073 > 0,05$ dimana jika sig F hitung $> \alpha (0.05)$ maka,

Ha ditolak dan Ho diterima

Artinya Fasilitas dan Kebijakan Harga secara simultan tidak berpengaruh terhadap Minat Pelanggan di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia.

2. Uji Parsial dengan T-Test

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas dalam penelitian memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Berikut hasilnya:

Tabel 4.14.
Uji Parsial T-Test
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37.350	6.162		6.061	.000
	Fasilitas	-.054	.095	-.056	-.564	.574

Kebijakan Harga	.211	.095	.219	2.214	.029
-----------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Minat Pelanggan

Dari tabel *coefficients* diatas maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Fasilitas (X1) dengan t hitung -0.564 , mempunyai sig t sebesar $0,574$. Berdasarkan pengujian data diatas sig t $0.574 > 0.05$ dimana jika sig t $> \alpha$ (0.05) maka, **Ha ditolak dan Ho diterima**, Artinya, Fasilitas secara parsial tidak berpengaruh pada Minat Pelanggan di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia.
2. Kebijakan Harga (X2) dengan t hitung 2.214 mempunyai sig t sebesar $0,029$. Berdasarkan pengujian data diatas sig t $0,029 < 0.05$ dimana jika sig t $< \alpha$ (0.05) maka, **Ha diterima dan Ho ditolak**, Artinya, Kebijakan Harga secara parsial berpengaruh pada Minat Pelanggan (Y) di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia.

4.3. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian pada Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia, disimpulkan bahwa pelanggan/pasien wanita lebih banyak dari pelanggan/pasien pria. Pada kategori usia, pelanggan pada klinik ini paling banyak berusia antara 18-30 tahun. Kebanyakan pelanggan pada Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia adalah ibu rumah tangga. Para pelanggan menyatakan alasan memilih klinik ini karena citra klinik yang positif atau baik di mata masyarakat umum. Selain itu menurut hasil wawancara yang penulis lakukan saat menyebar kuesioner, para pelanggan memilih Klinik Bidan Vera Cikeas

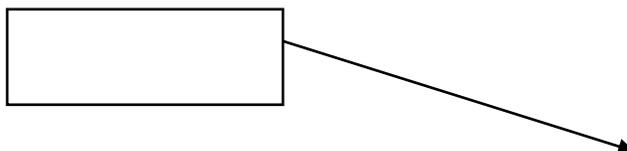
Gardenia sebagai salah satu klinik favorit mereka karena harga yang dipatok tidak memberatkan pelanggan dari berbagai kalangan. Harga yang dipatok klinik ini terbilang lebih murah dari klinik lain di kawasan Cikeas. Sayangnya, tidak ada kendaraan umum yang tersedia jika pelanggan ingin datang ke klinik ini. Alternatif yang ada jika ingin datang ke klinik ini adalah dengan memakai kendaraan pribadi, atau ojek *online* maupun pangkalan.

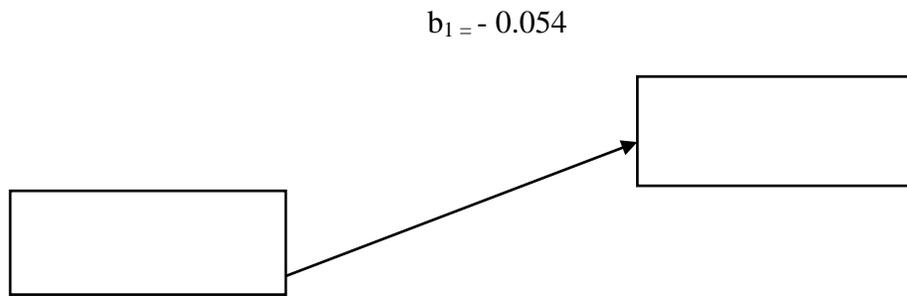
Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner langsung kepada pelanggan Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia. Pada penelitian ini penulis menyebarkan 100 kuesioner dengan 10 indikator/ pernyataan disetiap variabel . Penulis kemudian melakukan uji instrumen yaitu uji validitas dan reliabilitas. Berdasarkan hasil uji validitas, diperoleh bahwa 10 indikator pada variabel Fasilitas (X1) dinyatakan Valid, 10 indikator pada variabel Kebijakan Harga (X2) dinyatakan Valid, 10 indikator pada variabel Minat Pelanggan dinyatakan Valid. Pada tahap uji reliabilitas diperoleh 10 indikator pada variabel Fasilitas (X1) dinyatakan Reliabel, 10 indikator pada variabel Kebijakan Harga (X2) dinyatakan Reliabel, dan 10 indikator pada variabel Minat Pelanggan (Y) dinyatakan Reliabel.

Dari hasil analisis yang penulis lakukan sebelumnya, dapat disimpulkan melalui gambar berikut:

Gambar 4.7.

Alur Hasil Analisis Pengaruh Antar Variabel





Y =

Sumber : Hasil pengolahan data

4.3.1. Pengaruh parsial Fasilitas terhadap Minat Pelanggan

Pengaruh parsial atau secara terpisah Fasilitas (X1) terhadap Minat Pelanggan (Y) berdasarkan berdasarkan analisis regresi linear sederhana yang penulis lakukan, Fasilitas berpengaruh negatif atau tidak searah terhadap Minat Pelanggan di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia. Dimana semakin tinggi Fasilitas maka semakin rendah Minat Pelanggan di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia.

Pada pengujian hipotesis dengan uji t yang dilakukan, variabel Fasilitas mempunyai hasil H_a ditolak dan H_o diterima, Artinya, Fasilitas secara parsial tidak berpengaruh pada Minat Pelanggan di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya oleh Yeni Titisari (2013) Pengaruh fasilitas, biaya rawat inap dan promosi terhadap minat pasien rawat inap di rumah sakit PKU Muhammadiyah Karanganyar. Dengan hasil yaitu fasilitas berpengaruh negatif terhadap minat pasien, sedangkan

biaya, dan promosi berpengaruh positif terhadap minat pasien rawat inap di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Karanganyar

4.3.2. Pengaruh parsial Kebijakan Harga terhadap Minat Pelanggan .

Berdasarkan analisis regresi linear sederhana yang penulis lakukan, Kebijakan Harga (X2) berpengaruh positif atau searah terhadap Minat Pelanggan (Y) di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia. Dimana semakin tinggi Kebijakan Harga maka semakin tinggi pula Minat Pelanggan.

Pada pengujian hipotesis dengan uji t yang dilakukan, variabel kebijakan harga mempunyai hasil H_a diterima dan H_o ditolak, Artinya, Kebijakan Harga secara parsial berpengaruh pada Minat Pelanggan di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia.

Hasil ini juga serupa dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh

Ndaru Kusuma (2009) Analisis pengaruh kualitas produk, daya tarik promosi dan harga terhadap minat beli (studi kasus *starone* di area jakarta pusat). Hasil menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli voucher *StarOne*.

4.3.3. Pengaruh simultan Fasilitas dan Kebijakan Harga terhadap Minat Pelanggan

Pengaruh simultan Fasilitas (X1) dan Kebijakan Harga (X2) berdasarkan $R^2 = 0.033$ atau sebesar 3.3 %, sisanya 96.7% dijelaskan oleh

faktor-faktor lain diluar penelitian ini. Dapat disimpulkan juga bahwa fasilitas dan kebijakan harga tidak mempunyai sumbangan yang besar terhadap minat pelanggan di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia.

Hasil dari pengujian hipotesis menggunakan uji f yang penulis lakukan diperoleh hasil, H_a ditolak dan H_o diterima, ini berarti Fasilitas dan Kebijakan Harga secara simultan tidak berpengaruh terhadap Minat Pelanggan di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia.

Faktor lain seperti lokasi yang mudah dijangkau, kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan, citra positif masyarakat terhadap klinik ini mungkin bisa menjadi faktor yang mempunyai sumbangan besar pada minat pelanggan di klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, penulis dapat menyimpulkan beberapa hal dari penelitian ini yaitu:

1. Fasilitas yang ada di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia memadai dan dalam kondisi baik. Serta bangunan yang ada luas dan terawat. Fasilitas menjadi salah satu faktor yang berpengaruh positif atau searah terhadap Minat Pelanggan
1. Fasilitas secara parsial tidak berpengaruh pada Minat Pelanggan di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia. Kebijakan Harga secara parsial berpengaruh pada Minat Pelanggan (Y) di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia. Fasilitas dan Kebijakan Harga secara simultan tidak berpengaruh terhadap Minat Pelanggan di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia.
2. Minat Pelanggan dari kalangan ibu rumah tangga sangat besar pada Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia. Terutama ibu muda yang mempunyai balita ataupun anak yang masih kecil.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis penulis, terdapat beberapa saran untuk Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia yaitu:

1. Penulis menyarankan agar klinik menyediakan kartu tanda pelanggan, untuk memudahkan pelanggan saat melakukan pengobatan, pemeriksaan kehamilan, atau pemakaian jasa lainnya. Supaya rekam medis atau profil pelanggan sudah ada dalam data klinik.
2. Penulis menyarankan agar klinik menyediakan potongan harga khusus bagi pelanggan setia atau pelanggan tetap. Hal ini dimaksudkan untuk mempertahankan pelanggan yang ada. Karena menarik pelanggan baru lebih sulit daripada mempertahankan pelanggan lama.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2011), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, edisi Revisi. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Basu, Swastha. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Buchary, Herry Achmad & Djaslim Saladin. (2010). *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Penerbit Linda Karya.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran (cetakan 2)*, Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Deliyanti, Oentoro. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: pressindo.
- Dharmamesta, Basu Swastha dan T. Hani Handoko. (2004). *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen*. Edisi Ketiga, Yogyakarta: Liberty.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I*, Edisi. Kedua belas. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip. (2001). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Jakarta: PT. Prehallindo.
- .

Latan, Hengky. (2012). *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SPSS*. Bandung: Alfabeta

Margono. (2004). *Metodologi Penelitian dan Pendidikan*, Jakarta: Trineka cipta

Notoatmodjo. (2010). *Metodologi penelitian kesehatan*, Jakarta: rineka cipta.

Ratnasari, Ririn Tri Mastuti dan H.Aksa. (2011). *Teori dan Kasus Manajemen. Pemasaran Jasa*. Edisi 1, Bogor: Ghalia Indonesia.

Sanusi, Anwar. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba empat

Sugiyono. (2015). *Statistika untuk penelitian*, Bandung: Alfabeta

Suyanto. (2008). *Mengenal Kepemimpinan dan Manajemen Keperawatan*, Jogjakarta : Mitra & Cendikia Press.

Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi. Umar, Husein.

Sumber lain (jurnal penelitian dan internet) :

Apriani, Munica . (2011). *Analisis pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap minat mereferensikan (studi kasus pada konsumen jasa pelayanan cuci sepeda motor dan mobil star clean di semarang)*. undergraduate thesis, universitas diponegoro.

Fure, Hendra. (2013). *Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional bersehati calaca*. fakultas ekonomi dan bisnis, jurusan manajemen universitas sam ratulangi Manado.

Joel, Greg . (2014). *pengaruh motivasi, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen sepeda motor matic merek yamaha mio di kota Manado*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado.

Kartika, Wahyu . (2011). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap minat pasien (studi pada pasien klinik as syifa di kab. Bekasi.)* fakultas ekonomi universitas diponegoro Semarang.

Kusuma, Ndaru . (2009) . *Analisis pengaruh kualitas produk, daya tarik promosi dan harga terhadap minat beli (studi kasus starone di area jakarta pusat).* program pasca sarjana universitas diponegoro Semarang.

Nurbiyanti, Enny . (2008). *Pengaruh Fasilitas Perpustakaan dan Kinerja Pustakawan Terhadap Minat Baca Siswa SMK Negeri 2 Blora.* Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Saidani, Basrah . (2012). *pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market.*Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Kebidanan>

https://id.wikipedia.org/wiki/Ultrasonografi_medis

<https://id.wikipedia.org/wiki/Bidan>

<http://blog.umy.ac.id/chandramedika/2017/03/20/pengertian-tabung-oksigen/>

<https://bidankuonline.blogspot.com/2015/03/alat-alat-kegunaan-dalam-ruang-bersalin.html>

[https://afidburhanuddin.wordpress.com/2013/09/24/teknik-pengumpulan-data-](https://afidburhanuddin.wordpress.com/2013/09/24/teknik-pengumpulan-data-2)

[2](https://afidburhanuddin.wordpress.com/2013/09/24/teknik-pengumpulan-data-2)

<https://www.statistikian.com/2018/02/pengertian-simple-random-sampling.html>

<https://teorionline.wordpress.com/2010/01/24/uji-validitas-dan-reliabilitas/>

http://jempolbayek.blogspot.com/2015/10/asumsi-regresi-uji-normalitas-dengan_21.html

<https://www.statistikian.com/2013/01/uji-normalitas.html>

KUESIONER PENELITIAN

Dengan hormat,

Kepada pelanggan atau pasien di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia, sehubungan dengan judul skripsi yang peneliti ambil yaitu “ **PENGARUH FASILITAS DAN KEBIJAKAN HARGA PADA MINAT PELANGGAN DI KLINIK BIDAN VERA CIKEAS GARDENIA**”. Peneliti meminta saudara/i mengisi kuesioner penelitian ini secara sukarela.

Dimohon untuk mengisi kuesioner ini dengan lengkap, jujur, dan tanpa dipengaruhi oleh pihak lain. Data responden dan jawaban responden akan di jaga kerahasiannya oleh peneliti. Atas kerjasama dan waktu saudara/i berikan saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Rini Eva Neli
(2015511091)

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita

Usia : a. <17 thn d. 41 tahun - 50 tahun
b. 18 tahun – 30 tahun e. >50 tahun
c. 31 tahun – 40 tahun

Pekerjaan Responden : a. PNS/TNI d. Ibu Rumah Tangga
b. Pegawai Swasta e. Pelajar/Mahasiswa
c. Wiraswasta f. Buruh/petani

Alasan berkunjung ke klinik : a. Sakit
b. Pemeriksaan kehamilan
c. Imunisasi anak

(Peneliti menjamin kerahasiaan identitas dan setiap jawaban responden)

B. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda centang (✓) pada pernyataan dibawah ini. Pilihlah salah satu pilihan jawaban yang ada dikolom kanan, sesuai dengan pendapat anda tentang **Fasilitas dan Kebijakan Harga di Klinik Bidan Vera Cikeas Gardenia.**

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

Variabel X1. Fasilitas

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Anda berpendapat ruang tunggu nyaman/baik.					
2	Anda berpendapat ruang tunggu terjaga kebersihannya.					
3	Anda berpendapat kamar pasien nyaman dan tertata baik.					
4	Anda berpendapat kebersihan fasilitas (sprei, Kasur, selimut) di ruang pasien baik.					
5	Anda berpendapat ruang berobat/ periksa nyaman					
6	Anda berpendapat ruang berobat/ periksa rapi dan bersuasana baik.					
7	Anda berpendapat lahan parkir motor/ mobil memadai.					
8	Kamar mandi yang tersedia bersih/nyaman.					
9	Alat kesehatan (USG, Oksigen, Infus) yang memadai dan di jaga kebersihannya.					

10	Alat kesehatan (USG, Oksigen, Infus) memberikan manfaat dan hasil memuaskan.					
----	--	--	--	--	--	--

Variabel X2. Kebijakan Harga

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
11	Biaya persalinan terjangkau untuk masyarakat umum.					
12	Biaya persalinan sesuai dengan pelayanan yang memuaskan.					
13	Harga obat terjangkau dan berkualitas baik.					
14	Harga terjangkau dari klinik kebidanan yang lain.					
15	Harga untuk imunisasi, pemeriksaan bayi terjangkau dari klinik lain.					
16	Biaya USG terjangkau dan manfaat yang diberikan baik.					
17	Biaya penggunaan oksigen terjangkau dan berkualitas baik.					
18	Biaya penggunaan infus terjangkau dan berkualitas baik.					
19	Adanya BPJS meringankan beban biaya					

	pasien.					
20	Adanya BPJS membuat anda merasa aman dan terjamin .					

Variabel Y. Minat Pelanggan

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
21	Berminat karena kualitas jasa yang ditawarkan baik.					
22	Berminat atas tersedianya jasa yang beragam.					
23	Berminat untuk mempromosikan Klinik Bidan Vera di sosial media.					
24	Berminat untuk mempromosikan Klinik Bidan Vera ke rekan anda.					
25	Berminat untuk berlangganan di Klinik Bidan Vera.					
26	Berminat untuk berobat ulang di Klinik Bidan Vera.					
27	Anda berminat karena lokasi dekat dengan jalan raya.					
28	Anda berminat karena lokasi di dalam perumahan.					

29	Anda berminat karena pelayanan yang ramah dan sopan.					
30	Anda berminat karena bidan/pemilik yang sopan, ramah dan baik.					

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

NAMA : RINI EVA NELI

TEMPAT, TANGGAL LAHIR : KUDUS, 27 JULI 1997

RIWAYAT PENDIDIKAN:

1. SDN 04 DUKUH PAGI JAKARTA
2. SDN NAGRAK 03
3. SMPN 02 GUNUNG PUTRI
4. SMAN 01 GUNUNG PUTRI