

**PENGARUH PERSEPSI CITRA MEREK DAN HARGA  
TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PASIEN DENGAN  
CARA BAYAR TUNAI DALAM MENGGUNAKAN  
LAYANAN DI KLINIK SPESIALIS DAN GIGI  
RUMAH SAKIT ST. ELISABETH SEMARANG**

**TESIS**



Oleh :

Melissa Santoso

8082301009

Pembimbing Utama :

Dr. Orpha Jane, S.Sos, MM

Ko-Pembimbing

drg. Yustina Maria Sri Sukma Heryani, MM

*Terakreditasi B*

*SK BAN-PT No. 3552/SK/BAN-PT/Akred/M/IX/2019*

PROGRAM MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2024

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRICE  
PERCEPTION ON OUT OF POCKET PATIENTS'  
DECISIONS PROCESS TO USE OUTPATIENT  
SERVICE AT ST. ELISABETH SEMARANG  
HOSPITAL**

**THESIS**



Written By :

Melissa Santoso

8082301009

Primary Advisor :

Dr. Orpha Jane, S.Sos, MM

Co-advisor :

drg. Yustina Maria Sri Sukma Heryani, MM

*B Accredited*

*SK BAN-PT No. 3552/SK/BAN-PT/Akred/M/IX/2019*

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM  
FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE  
PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
BANDUNG  
2024

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH PERSEPSI CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP  
PROSES KEPUTUSAN PASIEN DENGAN CARA BAYAR TUNAI  
DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN DI KLINIK SPESIALIS DAN  
GIGI RUMAH SAKIT ST. ELISABETH SEMARANG**



**Oleh :**

**Melissa Santoso**

**8082301009**

**Telah Dilaksanakan Sidang Tesis pada Hari/Tanggal:**

**Kamis, 1 Agustus 2024**

**Pembimbing Utama :**

**Dr. Orpha Jane, S.Sos, MM**

**Ko Pembimbing**

**drg. Yustina Maria Sri Sukma Heryani, MM**

**PROGRAM MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2024**

# SURAT PERYATAAN

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Melissa Santoso

NPM : 8082301009

Program Studi : Magister Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Politik Pascasarjana Universitas Katolik Parahyangan Bandung

menyatakan bahwa tesis dengan judul

“PENGARUH PERSEPSI CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP  
PROSES KEPUTUSAN PASIEN DENGAN CARA BAYAR TUNAI DALAM  
MENGUNAKAN LAYANAN DI KLINIK SPESIALIS DAN GIGI RUMAH  
SAKIT ST. ELISABETH SEMARANG”

adalah benar-benar karya saya di bawah bimbingan Pembimbing, dan saya tidak  
melakukan penjiplakan ataupun pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai  
dengan etika keilmuan yang berlaku dalam Masyarakat keilmuan.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan  
dalam karya saya, atau tuntutan formal atau non-formal dari pihak lain yang  
berkaitan dengan karya saya, saya siap menanggung segala risiko, akibat, dan/atau  
sanksi yang dijatuhkan kepada saya, termasuk pembatalan gelar akademik yang  
saya peroleh dari Universitas Katolik Parahyangan.

Dinyatakan : di Semarang

Tanggal : 22 Juli 2024



Melissa Santoso

**PENGARUH PERSEPSI CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP  
PROSES KEPUTUSAN PASIEN DENGAN CARA BAYAR TUNAI  
DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN DI KLINIK SPESIALIS DAN  
GIGI RUMAH SAKIT ST. ELISABETH SEMARANG**

**Melissa Santoso (8082301009)**

**Pembimbing Utama : Dr. Orpha Jane, S.Sos, MM**

**Ko-Pembimbing : drg. Yustina Maria Sri Sukma Heryani, MM**

**Bandung**

**Agustus 2024**

**ABSTRAK**

Citra merek dan tarif rumah sakit adalah faktor yang memberikan dampak terhadap perilaku dan proses keputusan pasien dalam memutuskan di mana mereka akan berobat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap proses keputusan pasien dalam menggunakan layanan di Klinik Spesialis dan Gigi Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode hubungan kausal. Responden dalam penelitian ini sebanyak 124 responden yang merupakan pasien rawat jalan di Klinik Spesialis dan Gigi Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan menggunakan metode probability sampling. Hasil dari penelitian ini adalah (1) citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan pasien dalam menggunakan layanan di Klinik Spesialis dan Gigi Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang, (2) harga berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan pasien dalam menggunakan layanan di Klinik Spesialis dan Gigi Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang, serta (3) ada pengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) antara citra merek dan harga terhadap proses keputusan pasien dalam menggunakan layanan di Klinik Spesialis dan Gigi Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang.

Kata kunci: citra merek, harga, rumah sakit, keputusan pasien

**The Influence of Brand Image and Price Perception on Out of Pocket Patients' Decisions Process to Use Outpatient Service at St. Elisabeth Semarang Hospital**

**Melissa Santoso (8082301009)**

**Primary Advisor : Dr. Orpha Jane, S.Sos, MM**

**Co-advisor : drg. Yustina Maria Sri Sukma Heryani, MM**

**Bandung**

**August 2024**

**ABSTRACT**

Nowadays, patients' decisions to receive treatment from a hospital are affected mainly by many factors. Brand image and hospital rates are factors that impact patients' behavior and decision-making process regarding where they will receive treatment. The aim of this study is to determine the effect of brand image and price on the decision-making process of patients using services at the Specialist and Dental Clinic of St. Elisabeth Semarang Hospital. This research uses quantitative study employing a causal relationship method. The study involved 124 respondents who are outpatients at the Specialist and Dental Clinic of St. Elisabeth Hospital Semarang. Data collection was conducted using questionnaires with a probability sampling method. The results of this study are: (1) brand image has a significant impact on the decision-making process of patients using services at the Specialist and Dental Clinic of St. Elisabeth Semarang Hospital; (2) price has a significant effect on the decision-making process of patients using services at the Specialist and Dental Clinic of St. Elisabeth Semarang Hospital; and (3) there is a significant simultaneous effect of both brand image and price on the decision-making process of patients using services at the Specialist and Dental Clinic of St. Elisabeth Semarang Hospital.

Keywords: brand image, price, hospital, patients' decision

## KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia dan berkat-Nya, yang memungkinkan penulis untuk menyelesaikan tesis ini dengan judul “Pengaruh Persepsi Citra Merek Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pasien Dengan Cara Bayar Tunai Dalam Menggunakan Layanan Di Klinik Spesialis Dan Gigi Rumah Sakit St. Elisabeth Semarang”. Penulis menyadari bahwa penyelesaian tesis ini tidak akan terwujud tanpa dukungan, saran, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Orpha Jane, S.Sos, MM dan Ibu drg. Yustina Maria Sri Sukma Heryani, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan bantuan selama membimbing penulis dalam menyusun tesis,
2. Bapak dr. Albertus Iwan Hendarta, MPH dan Ibu dr. Miriam Renee Maengkom, M.Kes. selaku dosen penguji yang senantiasa memberikan masukan yang membangun dalam penulisan tesis,
3. Keluarga yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada penulis,
4. Teman-teman penulis yang turut membantu dan memberikan dukungan selama penulisan tesis,
5. Seluruh responden yang rela meluangkan waktunya untuk mendukung penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan dalam penulisan tesis ini. Karena itu, penulis sangat terbuka untuk menerima saran dan kritik yang konstruktif guna

meningkatkan kualitas tesis ini. Sebagai penutup, penulis berharap tesis ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca

Semarang, 22 Juli 2024

Penulis

# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	
SURAT PERNYATAAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GRAFIK .....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penulisan .....	11
1.4. Pembatasan Masalah .....	11
BAB II STUDI PUSTAKA .....	12
2.1. Perilaku Konsumen.....	13
2.2. Merek .....	26
2.3. Harga.....	36
2.4. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	45
2.5. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian .....	47

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>52</b>
<b>3.1. Objek Penelitian .....</b>	<b>52</b>
<b>3.2. Jenis Penelitian .....</b>	<b>53</b>
<b>3.3. Populasi dan Sampel Penelitian .....</b>	<b>54</b>
<b>3.4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>55</b>
<b>3.5. Definisi Operasional.....</b>	<b>56</b>
<b>3.6. Metode Analisis Data .....</b>	<b>58</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>62</b>
<b>4.1. Profil perusahaan .....</b>	<b>63</b>
<b>4.2. Profil Responden .....</b>	<b>64</b>
<b>4.3. Hasil Uji Validitas .....</b>	<b>66</b>
<b>4.4. Hasil Uji Reliabilitas .....</b>	<b>69</b>
<b>4.5. Hasil Uji Normalitas .....</b>	<b>70</b>
<b>4.6. Hasil Uji Multikolinearitas.....</b>	<b>71</b>
<b>4.7. Hasil Uji Heterokedastisitas .....</b>	<b>72</b>
<b>4.8. Analisa Persepsi Citra Merek dan Harga .....</b>	<b>73</b>
<b>4.9. Hasil Uji Hipotesis.....</b>	<b>78</b>
<b>4.10. Pembahasan hasil penelitian .....</b>	<b>81</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>87</b>
<b>5.1. Kesimpulan .....</b>	<b>87</b>
<b>5.2. Saran.....</b>	<b>89</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1</b> Jumlah Rumah Sakit di Indonesia 2017 – 2022 .....	1
<b>Tabel 3. 1</b> Definisi Operasional.....	56
<b>Tabel 4. 1</b> Profil Statistik Responden.....	64
<b>Tabel 4. 2</b> Hasil Uji Validitas Persepsi Citra Merek ( $X_1$ ) .....	67
<b>Tabel 4. 3</b> Hasil Uji Validitas Persepsi Harga ( $X_2$ ).....	68
<b>Tabel 4. 4</b> Hasil Uji Validitas Keputusan Pasien (Y).....	68
<b>Tabel 4. 5</b> Hasil Uji Validitas Keputusan Pasien (Y).....	69
<b>Tabel 4. 6</b> Hasil Uji Normalitas.....	71
<b>Tabel 4. 7</b> Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
<b>Tabel 4. 8</b> Hasil Uji Heterokedastisitas .....	73
<b>Tabel 4. 9</b> Hasil Analisa Persepsi Citra merek .....	73
<b>Tabel 4. 10</b> Hasil Analisa Persepsi Harga .....	76
<b>Tabel 4. 11</b> Hasil Uji t .....	79
<b>Tabel 4. 12</b> Hasil Uji F .....	80

## DAFTAR GRAFIK

<b>Grafik 1. 1</b> Rata-rata Kunjungan Pasien per Bulan di Klinik Spesialis & Gigi Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang .....	6
<b>Grafik 1. 2</b> Rata-rata Kunjungan Pasien Tunai per Bulan di Klinik Spesialis & Gigi Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang .....	7

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> Strategic Group Map Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang pada Tahun 2019.....	2
<b>Gambar 1. 2</b> <i>Strategic Group Map</i> Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang pada Tahun 2022.....	3
<b>Gambar 2. 1</b> Model Perilaku Konsumen (Kotler, Keller, & Chernev, 2022).....	13
<b>Gambar 2. 2</b> Hierarki Kebutuhan Maslow (Kotler, Keller, & Chernev, 2022)...	17
<b>Gambar 2. 3</b> Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Kotler, Keller, & Chernev, 2022) .....	20
<b>Gambar 2. 4</b> Pergeseran Perjalanan Pelanggan di Dunia Konektivitas (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2017) .....	24
<b>Gambar 2. 5</b> Perjalanan Pelanggan dengan Model 5A (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2017).....	26
<b>Gambar 2. 6</b> Elastisitas Harga Terhadap Permintaan Pasar (Kotler, Keller, & Chernev, 2022).....	40
<b>Gambar 2. 7</b> Hubungan 4P dengan 4A (Kotler, Armstrong, & Balasubramainan, 2024) .....	46
<b>Gambar 2. 8</b> Hipotesis Penelitian .....	51
<b>Gambar 3. 1</b> Rumus Slovin.....	54

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kesehatan telah menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat saat ini. Pasca pandemi COVID-19, kebutuhan masyarakat akan layanan kesehatan semakin meningkat. Dampaknya, industri di bidang jasa Kesehatan menjadi salah satu peluang bisnis yang menjanjikan. Hal ini dapat dilihat dari jumlah rumah sakit di Indonesia terus berkembang, baik dalam segi jumlah maupun pengembangan teknologi kesehatan.

**Tabel 1. 1** Jumlah Rumah Sakit di Indonesia 2017 – 2022

<b>TAHUN</b>	<b>JUMLAH RUMAH SAKIT</b>
2017	2.776 unit
2018	2.813 unit
2019	2.877 unit
2020	2.959 unit
2021	3.042 unit
2022	3.072 unit
2023	3.155 unit

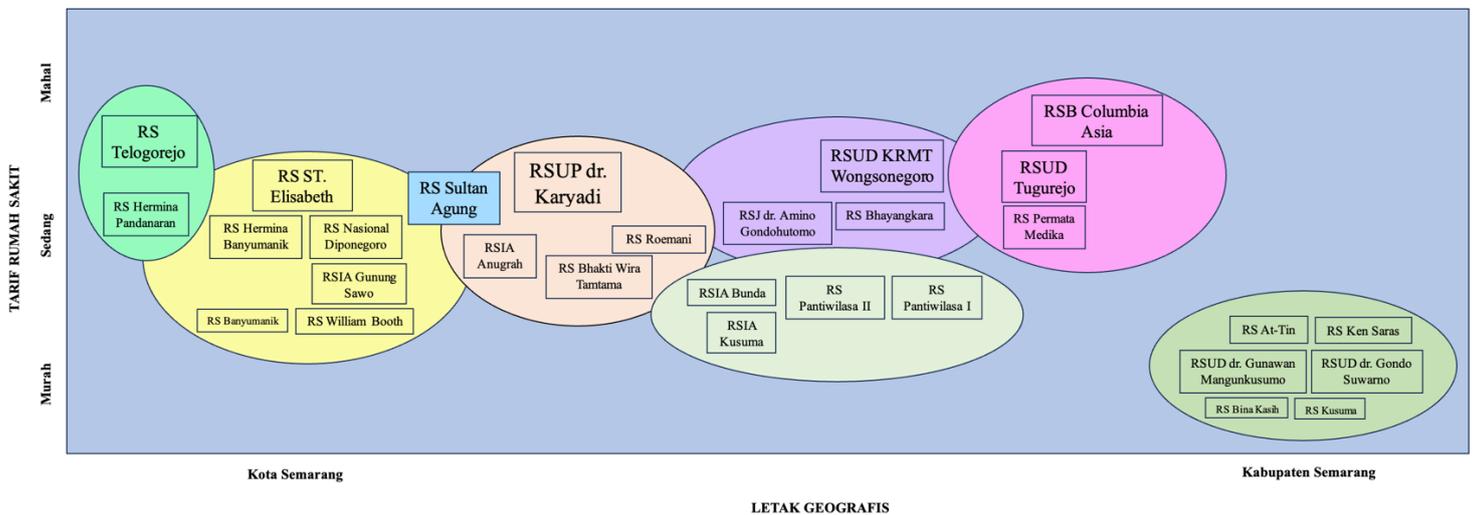
Sumber : Badan Pusat Statistik

Menurut tabel 1.1 di atas, pada tahun 2023 jumlah rumah sakit di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 83 unit atau 2,7% dibandingkan pada tahun 2022. Berdasarkan wilayahnya, jumlah rumah sakit terbanyak berada di Provinsi Jawa

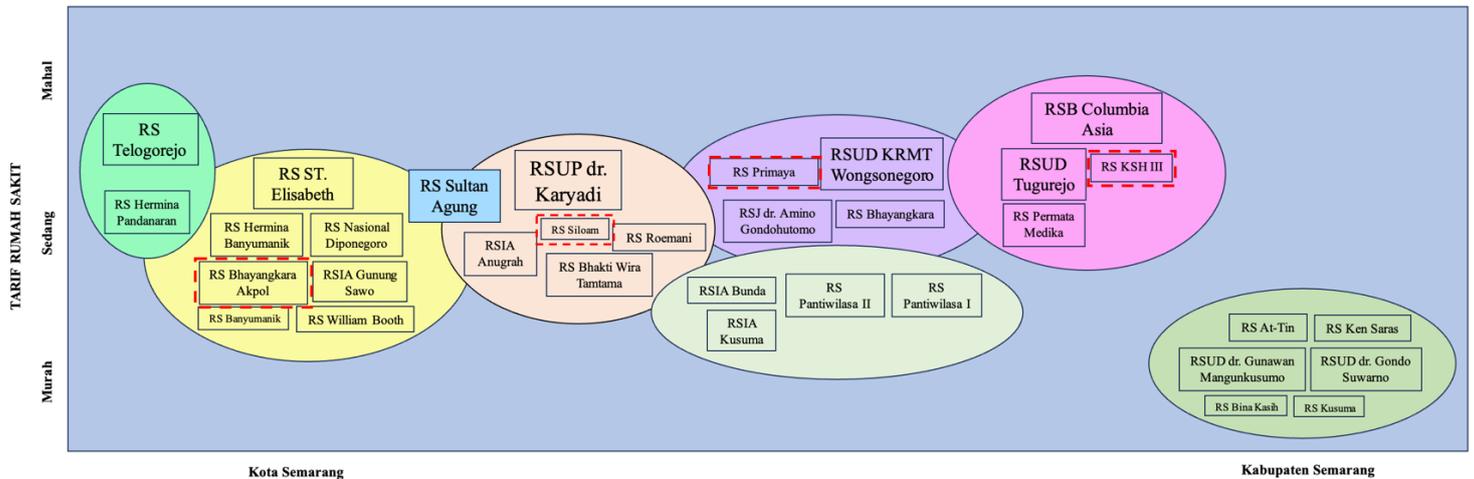
Timur dengan total 410 rumah sakit, disusul dengan Provinsi Jawa Barat dengan 399 rumah sakit, dan Provinsi Jawa Tengah sebesar 334 rumah sakit.

Rumah sakit adalah salah satu penyedia layanan kesehatan yang bertujuan untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan yang optimal bagi masyarakat. Sesuai dengan UU Kesehatan No 17 tahun 2023, rumah sakit memiliki kewajiban untuk menyelenggarakan pelayanan kesehatan yang bermutu, aman, efektif, dan berkesinambungan kepada seluruh lapisan masyarakat tanpa diskriminasi. Rumah sakit harus menjamin ketersediaan sarana, prasarana, serta tenaga kesehatan yang kompeten dan profesional untuk memberikan layanan yang optimal.

Pada tahun 2019, terdapat 29 rumah sakit baik rumah sakit umum maupun rumah sakit khusus yang terdiri dari 23 rumah sakit di Kota Semarang dan 6 rumah sakit di Kabupaten Semarang (Gambar 1.1). Berdasarkan tipe rumah sakit, terdapat 1 rumah sakit tipe A, 6 rumah sakit tipe B, 19 rumah sakit tipe C, dan 3 rumah sakit tipe D.



**Gambar 1. 1** *Strategic Group Map* Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang pada Tahun 2019



**Gambar 1. 2** *Strategic Group Map* Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang pada Tahun 2022

Pada tahun 2022, terdapat penambahan 4 rumah sakit yang terdiri dari 3 rumah sakit tipe C dan 1 rumah sakit tipe D dan seluruhnya berada di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan kebutuhan layanan kesehatan di Kota Semarang serta komitmen para penyedia layanan kesehatan untuk memenuhi permintaan yang terus bertambah. Namun, tingginya pertumbuhan bisnis rumah sakit ini berakibat pada meningkatnya persaingan yang ada.

Meskipun demikian, rumah sakit dalam melakukan pelayanan kesehatan tidak bisa melakukan promosi secara terbuka seperti organisasi lain pada umumnya. Hal ini diatur oleh Pedoman Etika Promosi Rumah Sakit tahun 2011, PMK nomor 1878/Menkes/PER/XII/2010 tentang iklan dan publikasi pelayanan Kesehatan, serta Kode Etik Rumah sakit Indonesia tahun 2017. Oleh karena itu, sangat penting bagi rumah sakit untuk mengembangkan aset, kapabilitas, serta faktor internal lain agar dapat menarik minat pasien.

Rumah sakit adalah salah satu di antara banyaknya organisasi yang menyediakan jasa pelayanan Kesehatan kepada masyarakat. Rumah sakit adalah organisasi yang sangat kompleks. Fungsi dasar rumah sakit adalah menyediakan pelayanan paripurna (komprehensif), penyembuhan penyakit (kuratif) dan pencegahan penyakit (preventif) kepada masyarakat (Supriyanto & Ernawati, 2010).

Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang merupakan rumah sakit swasta non Pendidikan tipe B yang terletak di Jl. Kawi no 1, Semarang, Jawa Tengah. Terletak di pusat kota dan memiliki fasilitas yang lengkap dan komprehensif menjadikan Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang menjadi salah satu pilihan utama bagi masyarakat yang ingin mendapatkan pelayanan kesehatan di Kota Semarang.

Berdiri sejak 18 Agustus 1927, Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang merupakan rumah sakit tertua keempat di Semarang setelah Rumah Sakit Umum Pusat dr. Karyadi, Rumah Sakit Bhakti Wira Tamtama, dan Rumah Sakit Telogorejo. Diawali dari keprihatinan akibat kurangnya fasilitas kesehatan di jaman penjajahan Belanda, khususnya di tengah wabah kolera yang saat itu melanda kota Semarang, suster-suster Ordo Santo Fransiskus bertekad untuk mendirikan Rumah Sakit demi membantu sesama, khususnya bagi mereka yang membutuhkan perawatan kesehatan.

Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang berfokus pada kelompok usia produktif dengan cara bayar tunai (*out of pocket*). Fokus ini diambil dengan pertimbangan bahwa kelompok usia produktif cenderung memiliki penghasilan yang stabil dan kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya kesehatan, sehingga lebih mampu dan mau membayar langsung untuk layanan kesehatan yang mereka terima. Melalui

pembayaran tunai rumah sakit memiliki arus kas yang lebih baik dan stabil yang sangat penting bagi operasional rumah sakit. Strategi ini memungkinkan untuk terus meningkatkan fasilitas dan layanan yang ditawarkan tanpa memiliki ketergantungan yang tinggi dengan BPJS Kesehatan atau asuransi yang kompleks

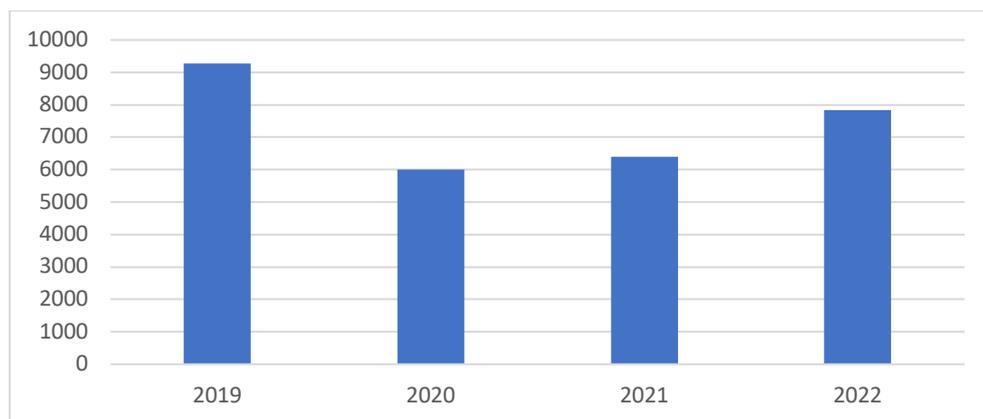
Menginjak usia 97 tahun, Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang tetap mempertahankan citra merek sesuai dengan perkembangan zaman dengan tetap mempertahankan warisan budaya dari para pendirinya. Hal ini nampak dalam wujud arsitektur dan desain bangunan rumah sakit yang masih memiliki aksent dan gaya arsitektur Belanda, bahkan Rumah Sakit ST Elisabeth Semarang menjadi salah satu cagar budaya (*heritage*) di kota Semarang.

Cagar budaya adalah bagian dari kehidupan manusia yang secara langsung maupun tidak langsung mendukung peradaban manusia melalui lokasi dan berbagai cara hidup yang unik secara berkesinambungan, yang dapat mencakup lingkungan alam, budaya, dan bangunan di suatu kawasan tertentu. Hal ini menjadikan Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang memiliki keunikan tersendiri yang dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat. Hal itu dikarenakan pasien dapat menikmati keindahan arsitektur pada jaman penjajahan Belanda saat mendapatkan pengobatan maupun saat mengunjungi rumah sakit. Namun, hal ini juga sekaligus dapat menjadi kelemahan ketika masyarakat melekatkan citra kuno, atau bahkan beberapa merasakan ketidaknyamanan saat berada di bangunan dengan usia yang cukup tua.

Selain itu, Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang berkomitmen untuk menerapkan konsep *green hospital* sebagai bentuk kepedulian terhadap kelestarian lingkungan. Konsep *green hospital* menekankan rumah sakit sebagai bangunan ramah lingkungan dan sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan layanan yang

mengutamakan kenyamanan lingkungan. Rumah Sakit St. Elisabeth Semarang mewujudkan hal ini dengan adanya taman atau ruang terbuka hijau, desain bangunan rumah sakit yang memperhatikan sirkulasi udara dan pencahayaan yang efisien untuk mengurangi konsumsi listrik, serta pengelolaan limbah medis dan non-medis secara baik dan benar.

Dari sisi positioning harga, Rumah Sakit Columbia Asia memegang posisi sebagai *market leader* dengan tarif pelayanan kesehatan termahal, menawarkan layanan premium dengan standar internasional yang menarik segmen pasar kelas atas. Rumah Sakit Telogorejo, yang menempati posisi tengah dalam hal tarif, dikenal dengan fasilitas modern dan pelayanan medis unggulan, menjadi pilihan utama bagi masyarakat yang mencari keseimbangan antara kualitas dan biaya. Sementara itu, Rumah Sakit St. Elisabeth memposisikan diri dengan tarif termurah di antara ketiganya, namun tetap mempertahankan kualitas pelayanan yang baik, menjadikannya alternatif menarik bagi pasien yang mencari layanan kesehatan berkualitas dengan biaya lebih terjangkau.

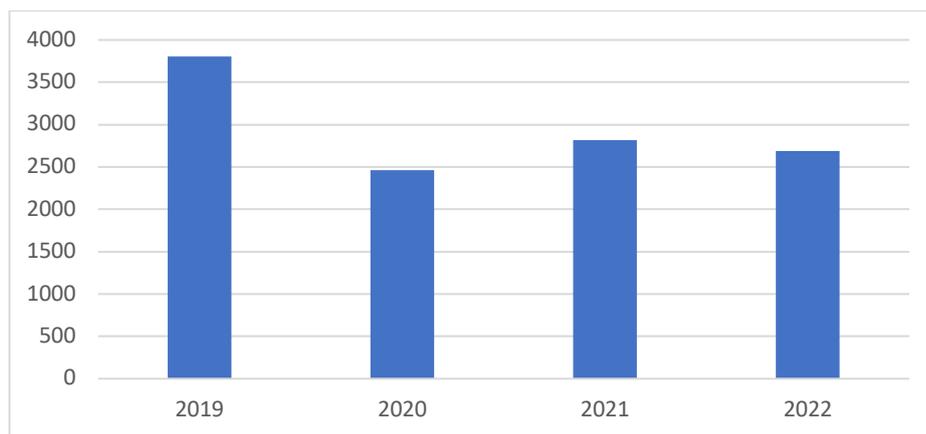


**Grafik 1. 1** Rata-rata Kunjungan Pasien per Bulan di Klinik Spesialis & Gigi Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang

Berdasarkan data 4 tahun terakhir, terdapat penurunan jumlah pasien yang cukup signifikan pada tahun 2020 akibat pandemi COVID-19. Meskipun angka

kunjungan sudah mengalami peningkatan pada tahun-tahun berikutnya, namun masih belum bisa kembali seperti sebelum pandemi COVID-19 (Grafik 1.1). Tidak menutup kemungkinan, lambatnya pertumbuhan kunjungan pasien rawat jalan tersebut diakibatkan karena meningkatnya persaingan industri rumah sakit di Semarang.

Dalam melakukan pelayanan kesehatan, pasien memiliki 4 opsi cara bayar utama yaitu tunai (*out of pocket*), asuransi, jaminan perusahaan, atau BPJS Kesehatan. Diantara keempat cara bayar tersebut, pasien tunai (*out of pocket*) merupakan target pasar yang menguntungkan bagi rumah sakit dibandingkan pasien non tunai. Hal ini disebabkan cara bayar tunai memungkinkan rumah sakit untuk menerima pembayaran dengan lebih cepat tanpa melalui proses klaim yang rumit dan panjang, serta mengurangi risiko penundaan atau pelonakan klaim yang sering terjadi pada pasien non tunai. Selain itu, pasien tunai biasanya lebih fleksibel dalam memilih layanan Kesehatan yang mereka inginkan tanpa dibatasi oleh ketentuan dan persyaratan dari pihak ketiga.



**Grafik 1. 2** Rata-rata Kunjungan Pasien Tunai per Bulan di Klinik Spesialis & Gigi Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang

Meskipun pada grafik 1.1 tampak bahwa kunjungan pasien rawat jalan secara keseluruhan mulai mengalami peningkatan, namun grafik 1.2 menunjukkan bahwa

kunjungan pasien tunai di klinik spesialis dan gigi masih cenderung fluktuatif, bahkan mengalami penurunan sebesar 4,5% pada tahun 2022 bila dibandingkan dengan kunjungan tahun 2021. Oleh karena itu rumah sakit harus menganalisa apa saja faktor yang mempengaruhi pasien tunai dalam memilih layanan Kesehatan.

Dalam memutuskan di mana akan berobat, pasien tidak hanya melihat kualitas pelayanan saja, tetapi pasien juga melihat dari berbagai faktor lain. Saat ini, *brand image* 'citra merek' serta harga yang ditetapkan oleh rumah sakit sangat berpengaruh terhadap keputusan pasien. Bahkan, sangat mungkin bahwa persepsi merek dan harga menjadi faktor awal yang menarik minat seseorang untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga mengarah pada keputusan pembelian.

Dari perspektif konsumen, harga kerap kali dikaitkan dengan manfaat atau kualitas barang atau jasa yang dibeli. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nasrulsyah et al. (2020) yang menggunakan analisis SWOT pada Rumah Sakit Siloam, masyarakat menganggap biaya berobat di rumah sakit tersebut sangat tinggi. Namun, mereka tetap setia karena kualitas pelayanan yang sangat baik.

Biaya yang dibayarkan untuk memperoleh suatu produk atau jasa berkaitan dengan kualitas dan manfaat yang ditawarkan kepada konsumen. Jika biaya yang dikeluarkan sepadan dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen saat menggunakan produk atau jasa tersebut, maka kepercayaan konsumen terhadap harga akan semakin tinggi.

Harga sering kali menjadi faktor awal yang menarik minat seseorang untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan, yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian oleh konsumen. Untuk berhasil dalam memasarkan produk

atau jasa, perusahaan harus menetapkan harga dengan tepat, terutama bagi konsumen yang peka terhadap harga. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa harga mempengaruhi keputusan pasien untuk berobat di rumah sakit (Winderis, 2021).

Selain itu, terdapat faktor penting lainnya yang mempengaruhi kepuasan pasien, yaitu citra merek atau yang lebih kita kenal dengan *brand image*. Membangun citra merek yang positif di mata masyarakat adalah tujuan utama bagi setiap perusahaan. Penelitian oleh Pradhini et al. (2023) menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pasien untuk melakukan pemeriksaan di Rumah Sakit Hermina Palembang.

Citra merek adalah pandangan yang dibentuk oleh pelanggan mengenai merek berdasarkan atribut, manfaat, nilai, dan hubungan emosional yang terkait dengan merek tersebut (Kotler & Keller, 2016). Citra merek dapat menjadi faktor utama yang menarik pelanggan untuk membedakan merek tersebut dari pesaingnya. Secara rasional, konsumen meyakini bahwa merek tertentu menawarkan jaminan kualitas, sementara secara emosional, merek tersebut dirasa mampu mempertahankan atau meningkatkan citra dan prestise penggunaannya (Maqrifah, 2018).

Dengan bermodalkan beberapa hal tersebut, Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang berharap dapat bersaing dengan kompetitor sejenis yang ada di Kota Semarang. Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang berharap akan selalu menjadi salah satu fasilitas kesehatan yang utama dan pertama bagi masyarakat dalam memperoleh layanan kesehatan. Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang percaya

bahwa salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan kesehatan adalah citra merek dan harga.

Sesuai dengan latar belakang dan temuan di atas, maka Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang perlu mendalami faktor yang mempengaruhi keputusan pasien dalam melakukan pemeriksaan, khususnya faktor citra merek dan harga, agar dapat bersaing dengan rumah sakit lain yang ada di Kota Semarang. Oleh karena itu penulis memutuskan untuk mengambil judul penelitian **“Pengaruh Persepsi Citra Merek dan Harga terhadap Proses Keputusan Pasien dengan Cara Bayar Tunai Dalam Menggunakan Layanan di Klinik Spesialis dan Gigi Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian yang akan didalami adalah :

1. Bagaimana persepsi pasien terhadap citra merek di Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang?
2. Bagaimana persepsi pasien terhadap harga di Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang?
3. Apakah persepsi citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pasien dengan cara bayar tunai dalam menggunakan layanan di Klinik Spesialis dan Gigi Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang?
4. Apakah persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pasien dengan cara bayar tunai dalam menggunakan layanan di Klinik Spesialis dan Gigi Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang?

5. Apakah persepsi citra merek dan harga secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pasien dengan cara bayar tunai dalam menggunakan layanan di Klinik Spesialis dan Gigi Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang?

### **1.3. Tujuan Penulisan**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui persepsi pasien terhadap citra merek di Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang
2. Untuk mengetahui persepsi pasien terhadap harga di Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi citra merek terhadap keputusan pasien dengan cara bayar tunai dalam menggunakan layanan di Klinik Spesialis dan Gigi Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pasien dengan cara bayar tunai dalam menggunakan layanan di Klinik Spesialis dan Gigi Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang.
5. Untuk mengetahui pengaruh persepsi citra merek dan harga secara simultan terhadap keputusan pasien dengan cara bayar tunai dalam menggunakan layanan di Klinik Spesialis dan Gigi Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang.

### **1.4. Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah bertujuan untuk cegah penyimpangan dari inti permasalahan, sehingga penelitian menjadi lebih fokus dan pembahasannya lebih terarah, serta

memudahkan pencapaian tujuan penelitian. Beberapa Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian dilakukan di Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang dan dilaksanakan pada bulan Januari 2024 hingga Mei 2024
2. Sampel dalam penelitian ini adalah pasien dengan cara bayar tunai (non BPJS dan non Asuransi) yang pernah menggunakan layanan rawat jalan di Klinik Spesialis dan Gigi Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang
3. Variabel yang diteliti adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pasien dengan cara bayar tunai dalam menggunakan layanan rawat jalan di Klinik Spesialis dan Gigi Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang