

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT BERKUNJUNG ULANG PASIEN KE POLIKLINIK SPESIALIS
di RSI IBNU SINA PADANG (BPJS KESEHATAN)**

TESIS



**PROGRAM PASCA SARJANA KESEHATAN MASYARAKAT
PEMINATAN KAJIAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT
FAKULTAS KEDOKTERAN UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2019**

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT BERKUNJUNG ULANG PASIEN KE POLIKLINIK SPESIALIS
di RSI IBNU SINA PADANG (BPJS KESEHATAN)**

TESIS



**PROGRAM PASCA SARJANA KESEHATAN MASYARAKAT
PEMINATAN KAJIAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT
FAKULTAS KEDOKTERAN UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2019**

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT BERKUNJUNG ULANG PASIEN KE POLIKLINIK SPESIALIS
di RSI IBNU SINA PADANG (BPJS KESEHATAN)**

**LAIZA FAAGHNA
1620322012**



Pembimbing 1 : DR. Ratni Prima Lita, SE, MM

Pembimbing 2 : Dr. dr. Rima Semiarty, MARS (FISCM)

**PROGRAM PASCA SARJANA KESEHATAN MASYARAKAT
PEMINATAN KAJIAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT
FAKULTAS KEDOKTERAN UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2019**

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERKUNJUNG ULANG PASIEN KE POLIKLINIK SPESIALIS RSI IBNU SINA PADANG (BPJS KESEHATAN)

Laiza Faaghna

RSI Ibnu Sina Padang merupakan salah satu rumah sakit swasta di kota Padang yang melayani pasien BPJS Kesehatan. Pertumbuhan kunjungan di poliklinik spesialis sejak bekerjasama dengan BPJS Kesehatan tahun 2014-2017 meningkat 16,4%, angka rujukan tahun 2017 meningkat 3-4%, rata – rata kunjungan pasien poliklinik spesialis per hari 380 pasien/hari. Munculnya rumah sakit swasta baru serta kerjasama BPJS Kesehatan dengan seluruh rumah sakit yang ada di kota Padang, menyebabkan persaingan semakin meningkat. Hal ini mendorong perlunya dilakukan analisis terhadap faktor –faktor yang mempengaruhi minat pasien untuk berkunjung ke poliklinik spesialis RSI Ibnu Sina Padang, melihat pengaruh sikap pasien, citra merek, persepsi nilai dan persepsi kualitas terhadap minat pasien untuk berkunjung kembali ke poliklinik spesialis RSI Ibnu Sina Padang, serta bagaimana implikasi dari penelitian ini terhadap manajemen.

Penelitian menggunakan pendekatan analitik kuantitatif, dengan subjek penelitian adalah pasien poliklinik spesialis. Metode pengambilan sampel dilakukan secara *random block sampling*, besar sampel 384 responden. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan kuesioner.. Analisis data menggunakan teknik analisis *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan program AMOS Versi 2.0. Penelitian dilakukan bulan juli sampai agustus 2018 di Poliklinik Spesialis RSI Ibnu Sina Padang.

Hasil penelitian sikap konsumen, citra merek, persepsi nilai dan persepsi kualitas memiliki hubungan yang signifikan dengan minat berkunjung pasien di poliklinik spesialis RSI Ibnu Sina Padang ($CR > 1,96$, $p\text{ value} < 0,05$). Variabel citra merek juga berpengaruh terhadap persepsi nilai pasien untuk memilih poliklinik spesialis RSI Ibnu Sina Padang. Faktor yang paling dominan terhadap minat berkunjung pasien adalah persepsi nilai ($CR = 2,990$, $p\text{ value} = 0,010$). Implikasi manajemen terhadap segmentasi pasien adalah pasien perempuan, dan pria usia > 50 tahun, berasal dari kecamatan Nanggalo, dan rujukan Puskesmas. Target pasien poliklinik adalah mengutamakan pasien usia tua. *Positioning* poliklinik spesialis RSI Ibnu Sina Padang adalah memiliki program unggulan dan peranan dari yayasan untuk meningkatkan citra merek Yarsi.

Kesimpulan penelitian ini adalah terdapat pengaruh citra merek terhadap persepsi nilai pasien untuk memilih poliklinik spesialis, dan terdapat pengaruh variabel sikap pasien, citra merek, persepsi nilai dan persepsi kualitas terhadap minat pasien untuk berkunjung ulang ke poliklinik spesialis RSI Ibnu Sina Padang. Diharapkan kepada RSI Ibnu Sina Padang agar dapat mengembangkan strategi pemasaran dalam upaya peningkatan kunjungan poliklinik spesialis.

Kata Kunci : sikap pasien, citra merek, persepsi nilai, persepsi kualitas, minat berkunjung ulang.

ABSTRACT

ANALYSIS OF FACTOR AFFECTING RE-PURCHASE INTENTION PATIENTS TO SPECIALIST POLYCLINIC

AT RSI IBNU SINA PADANG (BPJS HEALTH)

Laiza Faaghna

Ibnu Sina Islamic Hospital Padang is one of the private hospitals in Padang that serves BPJS Health patients. The growth of visits at specialist polyclinics since collaborating with the BPJS Health in 2014-2017 increased by 16.4%, the 2017 referral rate increased by 3-4%, the average patient visits to specialist polyclinics were 380 patients/day. The occurrence of new private hospitals and the collaboration of BPJS Health with all hospitals in Padang caused competition to increase. This encourages the need for an analysis of the factors that influence patients' interest in visiting the Ibnu Sina Islamic Hospital Padang specialist polyclinic, looking at the influence of patient attitudes, brand image, perceived value and perceived quality towards repurchase intention to Ibnu Sina Islamic Hospital Padang polyclinic and the implications of this research on management.

This research used a quantitative analytical approach, with the research subject were specialist polyclinics patients. The sampling method was done by random block sampling, the sample size was 384 respondents. Data collection techniques were interviews and questionnaires. Analysis of data used Structural Equation Model (SEM) analysis techniques with the help of AMOS Version 2.0 program. The research was conducted from July to August 2018 at the Specialist Polyclinic Ibnu Sina Islamic Hospital Padang.

The results of research on consumer attitudes, brand image, perceived value and perceived quality had a significant relationship with repurchase intention in the specialist clinic Ibnu Sina Islamic Hospital Padang ($CR > 1.96$, p value < 0.05). The brand image variable also influenced the perception of the patient's value to choose specialist polyclinic Ibnu Sina Islamic Hospital Padang. The most dominant factor toward repurchase intention is the perception of value ($CR = 2.990$, p value $= 0.010$). The management implications of patient segmentation are female patients, and men aged > 50 years, come from the Nanggalo sub-district, and reference of Community Health centers. The target of the polyclinic patients is to prioritize elderly patients. The positioning of the specialist polyclinic Ibnu Sina Islamic Hospital Padang is to have a superior program and the role of the foundation to improve the Yarsi brand image.

The conclusion of this research are there is the influence of brand image on the perception of patient values to choose a specialist polyclinic, and there is an influence variable patient attitudes, brand image, perceived value and perceived quality towards repurchase intention specialist polyclinic. It is expected that Ibnu Sina Islamic Hospital Padang can develop a marketing strategy in an effort to increase the visit of specialist polyclinics.

Keywords: *patient attitude, brand image, perceived value, perceived quality, repurchase intention*