



**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN DAN IMPLIKASINYA
TERHADAP WORD OF MOUTH (WOM) PELANGGAN
RUMAH SAKIT MENTENG MITRA AFIA**



TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

RATNA WIDOWATI

55114110075

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2017



**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN DAN IMPLIKASINYA
TERHADAP WORD *OF MOUTH* (WOM) PELANGGAN
RUMAH SAKIT MENTENG MITRA AFIA**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
RATNA WIDOWATI

55114110075

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2017**

ABSTRACT

The aims of this research were to analyze and to examine the effects of product, cost and promotion toward the satisfaction and the implication about customer's word of mouth at Menteng Mitra Afia Hospital. This research held at MMA Hospital and it was distributed to 93 respondents. The methodology used in this research was 2 steps-path analysis. The result of this research show that product, cost, and promotion have significant effect both individually and collectively toward satisfaction. In the other hand, the product, cost and promotion have significant effect both individually and collectively toward customer's word of mouth. Variable of satisfaction gives the biggest effect to word of mouth. The recommendations from this research are the company should make different products with other hospital services in variable of product and it should hold the further research in regard to loyalty.

.
Keywords: *Product, Cost, Promotion, Satisfaction, Word Of Mouth*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh produk, harga dan promosi terhadap kepuasan dan implikasinya terhadap *word of mouth* pelanggan Rumah Sakit Menteng Mitra Afia. Penelitian ini dilakukan di rumah sakit MMA disebarkan kepada 93 responden. Metodologi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur 2 langkah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga dan promosi berpengaruh secara signifikan baik secara individu atau bersama-sama terhadap kepuasan. Selain itu produk, harga dan promosi berpengaruh secara signifikan baik secara individu atau bersama-sama terhadap *word of mouth* pelanggan. Variabel kepuasan memiliki pengaruh terbesar terhadap *word of mouth*. Rekomendasi dari penelitian ini adalah perusahaan perlu membuat inovasi produk yang berbeda dengan layanan rumah sakit lain dalam variabel produk dan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai loyalitas.

Kata kunci: Produk, Harga, Promosi, Kepuasan, Word Of Mouth, Analisis Jalur



LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Produk, Harga&Promosi Terhadap Kepuasan dan Implikasinya Terhadap Word Of Mouth (WOM) Pelanggan Rumah Sakit Menteng Mitra Afia

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Ratna Widowati

NIM : 55114110075

Program : Magister Manajemen

Tanggal :

Mengesahkan,

Pembimbing



(Ir. Har Adi Basri, M.Ec., Ph.D)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof, Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus)



(Dudi Permana, Ph.D)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini :

Judul : Pengaruh Produk, Harga & Promosi Terhadap Kepuasan Dan Implikasinya Terhadap Word Of Mouth (WOM) Pelanggan Rumah Sakit Menteng Mitra Afia
Bentuk Tesis : Penelitian /Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Ratna Widowati
NIM : 5114110075
Program : Magister Manajemen
Tanggal :

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pasca sarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis ini di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 2017



Ratna Widowati

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadiran Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunai-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Pengaruh Produk, Harga & Promosi Terhadap Kepuasan Dan Implikasinya Terhadap *Word Of Mouth (WOM)* Pelanggan Rumah Sakit Menteng Mitra Afia

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi Sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ir. Har Adi Basri, M, Ec, Ph.D, sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Dr. Aty Herawati M.Si, selaku ketua Program Studi Magister Manajemen yang selalu mendukung proses pendidikan para mahasiswa.
3. Teman-teman di PT. Rumah Sakit Menteng Mitra Afia, Tesar dan Inung Pratama yang mendukung dan memberikan support agar terselesaikannya penelitian ini.
4. Dr. Mudji Sabar, SE., MBA selaku ketua penguji pada ujian Tesis
5. Dr. Basruna Hadibrata, SE., MM selaku dosen penguji pada ujian Tesis
6. Penulis juga terima kasih kepada Bapak Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D selaku dosen penelaah pada seminar proposal.
7. Terakhir penulis ucapkan terima kasih kepada Dedi Setiawan, Eri dan Arif yang senantiasa mendukung dan memberikan support agar penulis dapat segera menyelesaikan tulisan ini.

8. Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi edukatif dan kondusif di Fakultas.
9. Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.
10. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua Bapak, Ibu dan adik, Sutoyo, Yuni Susilowati, Bingar dan Desi yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.
11. Teman-teman Angkatan 25 Universitas Mercubuana, Kampus Menteng Sabtu yang selalu memberikan semangat dan dukungan agar terselesaikannya penelitian ini.

Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih terhadap Pengaruh Produk, Harga & Promosi Terhadap Kepuasan Dan Implikasinya Terhadap Word Of Mouth (WOM) Pelanggan Rumah Sakit Menteng Mitra Afia

UNIVERSITAS
MERCUBUANA
Ratna Widowati

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Batasan Masalah	9
1.5 Maksud dan Tujuan	10
1.6 Manfaat dan Kegunaan Tesis	10
BAB II. DESKRIPSI RUMAH SAKIT	
2.1 Sejarah Rumah Sakit	12
2.2 Visi dan Misi Rumah Sakit	13
2.3 Jenis-Jenis Pelayanan	13
2.4 Perusahaan Rekanan	14
2.5 Proses Bisnis Rumah Sakit.....	15
BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN	
3.1 Produk	17
3.2 Harga	19
3.3 Promosi	21
3.4 Kepuasan	24

3.5 <i>Word of Mouth</i> (WoM)	26
3.6 Penelitian Terdahulu	28
3.7 Kerangka Pikir	30

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1 Desain Penelitian.....	32
4.2 Operasional Variabel	32
4.3 Populasi dan Sampel	36
4.3.1. Populasi Penelitian	36
4.3.2. Sampel Penelitian	37
4.4 Jenis Data	37
4.4.1. Data Primer	38
4.4.2. Data Sekunder	38
4.5 Metode Pengumpulan Data	38
4.6 Teknik Analisis Data	40
4.6.1. Instrumen Penelitian	40
4.6.2. Matriks Korelasi Antar Dimensi	41
4.6.3. Skala Pengukuran Variabel	42
4.6.4. Uji Kualitas Data	43
4.6.4.1. Uji Validitas	43
4.6.4.2. Uji Reliabilitas.....	44
4.6.4.3. Uji Normalitas	44
4.6.4.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
4.7 Uji Hipotesis	46
4.7.1. Uji Signikansi.....	47
4.7.2. Koefisien Deteminasi	47
4.7.3. Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	48
4.7.4. Uji Signifikansi Parameter Individual.....	49

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian	51
5.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	54
5.3 Hasil Uji Validitas	56

5.4 Hasil Uji Reliabilitas	57
5.5 Hasil Uji Normalitas	58
5.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
5.7 Hasil Hipotesis dan Analisis Jalur	61
5.7.1. Analisis Jalur Model 1.....	61
5.7.2. Analisis Jalur Model 2.....	64
5.8 Analisis Jalur Model 1 dan Model 2	68
5.9 Pengaruh Langsung dan Tdak Langsung	70
5.10 Analisis Koefisien Korelasi.....	73
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	80
6.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	88
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	117



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pasien Rumah Sakit MMA	3
Tabel 3.1 Hasil Penelitian Sebelumnya yang Relevan	29
Tabel 4.1 Operasional Variabel	34
Tabel 4.2 Matriks Korelasi Antar Dimensi	42
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kriteria	51
Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas	57
Tabel 5.3 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 5.4 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 5.5 Uji-T Jalur Model 1	62
Tabel 5.6 Uji-T Jalur Model 2	65
Tabel 5.7 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total	70
Tabel 5.8 Korelasi Antar Dimensi	74

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pasien Rumah Sakit MMA	2
Gambar 2.1 Proses Bisnis Rumah Sakit	15
Gambar 2.2 Proses Bisnis Pasien Rawat Inap	16
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4.1 Uji Dua Pihak Daerah Penerimaan dan Penolakan	50
Gambar 5.1 Uji Heteroskedastisitas Jalur Model 1	60
Gambar 5.2 Uji Heteroskedastisitas Jalur Model 2	60
Gambar 5.3 Klausal Empiris Antar Jalur Model 1 dan Model 2.....	68

