

PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA BPJS DI RSUD SAM RATULANGI TONDANO

THE IMPACT OF PROMOTION STRATEGY AND QUALITY OF SERVICE TO SATISFACTION OF HEALTH INSURANCE CUSTOMER IN PUBLIC HOSPITAL OF SAM RATULANGI TONDANO

Oleh :

Ribka P. Christian¹
Lisbeth Mananeke²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

Email : ribka_christian@ymail.com

lisbethmananeke@gmail.com

Abstrak : persaingan yang ketat dalam dunia usaha saat ini terjadi pada semua bidang, termasuk bidang jasa yang didalamnya BPJS RSUD Sam Ratulangi Tondano yang bergerak di bidang penyedia jaminan sosial. Strategi promosi dan kualitas layanan yang baik merupakan alat perusahaan yang sangat berharga dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh strategi promosi dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano. Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif. Teknik analisis data yang digunakan regresi linear berganda. Populasi penelitian berjumlah 29.928 orang, dan sampel berjumlah 100 responden, ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan strategi promosi dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, secara parsial strategi promosi dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Strategi promosi pada BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano sebaiknya ditingkatkan melalui program-program promosi yang menarik, seperti iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat, sehingga dapat menambah jumlah pengguna BPJS dan mempertahankan pelanggan yang ada.

Kata kunci : strategi promosi, kualitas layanan, kepuasan pelanggan

Abstract : The increasingly fierce competition in a wide of businesses today occurred in all fields, including services in which BPJS of Sam Ratulangi Public Hospital Tondano which is engaged in social security providers. Promotion strategy and good quality of service is a very valuable tool of the company in order to create the customer satisfaction. The purpose of this study to determine the effect of promotion strategy and the quality of service to satisfaction of BPJS customer in Sam Ratulangi Public Hospital Tondano. This type of research is associative. Data analysis technique used multiple linear regression. The study population amounted to 29.928 people, and the sample was 100 respondents, determined using the formula Slovin. The results showed simultaneous that promotion strategy and service quality has a positive and significant impact on customer satisfaction, partially promotion strategy and service quality and significant positive effect on customer satisfaction. Promotion strategies of BPJS in Sam Ratulangi Public Hospital Tondano should be enhanced through interest promotional programs, such as advertising, personal selling, sales promotion, and public relations, so as to increase the number of users BPJS and retain existing customers.

Keywords : promotion strategy, quality of service, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kesehatan merupakan kebutuhan dasar manusia untuk dapat hidup layak dan produktif, jika tidak sehat maka tidak bisa melakukan aktivitas dengan baik. Terjadinya gangguan kesehatan pada masyarakat Indonesia akan menimbulkan kerugian ekonomi bagi negara, karena setiap upaya peningkatan derajat kesehatan masyarakat berarti investasi bagi pembangunan negara maka upaya pembangunan nasional harus dilandasi dengan wawasan kesehatan dalam arti pembangunan nasional harus bertanggung jawab kepada seluruh rakyat dalam memberikan jaminan pelayanan kesehatan. Untuk mewujudkannya maka pemerintah menetapkan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) dengan meluncurkan BPJS kesehatan.

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) adalah badan hukum publik yang dibentuk untuk menyelenggarakan program jaminan sosial. BPJS terdiri dari BPJS kesehatan dan BPJS ketenagakerjaan (Kemenkes RI, 2013:2). Dalam hal ini BPJS Kesehatan merupakan badan hukum yang di bentuk untuk menyelenggarakan program jaminan kesehatan (Kemenkes RI, 2013:3). Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa dalam hal ini BPJS dalam menghadapi era perekonomian yang semakin meningkat memerlukan peningkatan mutu dan kualitas sistem pemasaran. Yang menjadi objek penelitian dalam hal ini adalah BPJS yang berada di RSUD Dr Sam Ratulangi Tondano. RSUD Sam Ratulangi Tondano adalah rumah sakit umum satu-satunya di Tondano yang dikelola langsung oleh pemerintah Kabupaten Minahasa. RSUD Sam Ratulangi Tondano merupakan rumah sakit rujukan pertama di Kota Tondano yang telah mendukung program Jaminan Kesehatan Nasional yang diselenggarakan oleh BPJS.

Kepuasan pelanggan dalam hal ini pasien adalah indikator utama dari standar suatu fasilitas kesehatan dan merupakan suatu ukuran mutu pelayanan kepuasan pelanggan yang rendah akan berdampak terhadap jumlah kunjungan yang akan mempengaruhi profitabilitas fasilitas kesehatan tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, karena jika pelanggan merasa puas maka akan memberikan citra yang baik tentang perusahaan itu sendiri. Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tidak terlepas dari jenis promosi yang digunakan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri.

Strategi promosi merupakan suatu cara yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan produk yang dimiliki untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan volume penjualan. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, kualitas layanan yang baik sangat berpengaruh untuk kelangsungan hidup perusahaan karena berhubungan langsung dengan pelanggan. Perusahaan harus memiliki strategi promosi dan kualitas layanan yang baik untuk menciptakan kepuasan pelanggan jika tidak ingin ditinggalkan oleh pelanggan di masa yang akan datang.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh :

1. Strategi Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano
2. Strategi Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano
3. Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara, keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang (Assauri, 2014: 12). Menurut Kotler & Keller (2009a: 7), Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu proses yang meliputi analisa, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan yang dapat menimbulkan pertukaran dan terkoordinasi dengan berbagai faktor pendukung seperti kemampuan seseorang pimpinan untuk memenuhi jumlah permintaan, menurut yang diinginkan oleh konsumen dengan harapan dapat membantu organisasi dalam mencapai tujuannya.

Strategi Promosi

Strategi promosi adalah rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi : periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi dan promosi penjualan (Lamb, et.al, 2001 : 146). Menurut Assauri (2014: 265) promosi merupakan suatu usaha perusahaan untuk mempengaruhi dan merayu (*persuasive communication*) calon pembeli, melalui pemakaian segala unsur acuan pemasaran. Untuk itu perusahaan harus memiliki strategi promosi yang tepat untuk dapat bersaing. Dapat disimpulkan bahwa strategi promosi merupakan kegiatan yang direncanakan dengan maksud membujuk, merangsang serta mengingatkan konsumen tentang produk atau jasa yang dijual agar mau membeli produk perusahaan sehingga tujuan untuk meningkatkan penjualan diharapkan dapat tercapai.

Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut dapat memenuhi keinginan pelanggan. ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang diterima (*perceived service*). Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan konsep yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud, bervariasi, tidak tahan lama, serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan (Tjiptono, 2014: 172). Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahmatan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan merupakan suatu ukuran keberhasilan dari perusahaan itu sendiri.

Kepuasan Pelanggan

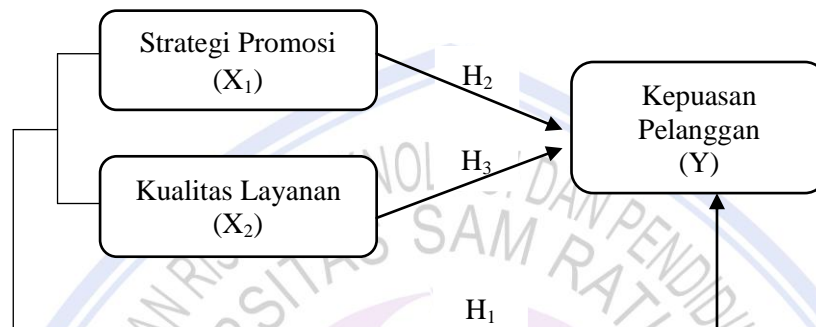
Kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja (hasil) produk anggapannya dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut senang (Kotler & Keller, 2009b : 176). Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen. Perasaan senang atau kecewa tersebut terbentuk di dalam diri konsumen melalui kualitas produk, harga dan lokasi yang dirasakan (Bailia, Soegoto & Loindong, 2014). Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan penilaian pelanggan terhadap produk atau pelayanan yang telah memberikan tingkat kenikmatan seperti yang diharapkan.

Penelitian Terdahulu

Wongkar & Soegoto (2015) dengan judul penelitian Strategi Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Kinerja Sirkulasi Surat Kabar Manado Post. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Strategi Promosi dan Saluran Distribusi terhadap Kinerja Sirkulasi surat kabar Manado Post baik secara simultan maupun parsial. Metode penelitian adalah asosiatif, dan tehnik pengambilan data menggunakan *survey*. Populasi penelitian ini adalah para manajer, staf, dan penyalur koran, surat kabar Manado Post di kota Manado. Sampel yang digunakan 100 responden dan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan Strategi Promosi dan Saluran Distribusi secara bersama (simultan) berpengaruh terhadap Kinerja Sirkulasi pada Surat Kabar Manado Post, Secara parsial Strategi Promosi dan Saluran Distribusi masing-masing berpengaruh terhadap Kinerja Sirkulasi pada Surat Kabar Manado Post, Sebaiknya pihak manajemen Manado Post memperhatikan Saluran Distribusi, mengingat koefisien regresi Saluran Distribusi dimata responden rendah. Hal ini dapat dilakukan misalnya dengan cara melakukan evaluasi terhadap setiap *point* pada Saluran Distribusi untuk meningkatkan efektivitas distribusi surat kabar sehingga meningkatkan kecepatan saluran dan

penerimaan surat kabar kepada konsumen. Haryanto (2013) dengan judul penelitian Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald's Manado. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Cepat Saji McDonald's. Populasi yang digunakan adalah konsumen yang pernah atau yang sering makan di McDonald's Manado. Sampel penelitian sebanyak 100 responden yang diambil secara acak. Penelitian menggunakan metode penelitian asosiatif. Tehnik analisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial strategi promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Manajemen McDonald's sebaiknya meningkatkan promosi dan mempertahankan kualitas produk serta layanan agar pelanggan merasa puas.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

Sumber : Konsep diolah, 2016

Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini adalah :

- H₁ : Strategi promosi dan kualitas layanan diduga secara bersama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano
- H₂ : Strategi promosi diduga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano
- H₃ : Kualitas layanan diduga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif dimana penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel. (Sugiyono, 2014: 39). Pada jenis penelitian ini, asosiatif dimaksudkan untuk menguji pengaruh strategi promosi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil tempat pada BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano. Waktu penelitian selama 3 bulan, dimulai pada Februari 2016 sampai Mei 2016.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. (Sugiyono, 2014: 148). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano selama tahun 2015 yang berjumlah 29.928 jiwa. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014: 149). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data-data penelitian ini adalah:

1. Angket
2. Observasi

Metode Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas atau derajat ketepatan mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur untuk melakukan fungsi. Cara mengukurnya validitas melalui menghitung harga koefisien korelasi sederhana antara skor masing-masing butir dengan skor total dari butir-butir tersebut sebagai kriterianya. Valid tidaknya suatu item instrument dapat diukur dengan membandingkan indeks korelasi produk, moment pearson, dengan level signifikansi 5%, bila signifikansi hasil korelasi $< 0,05$ (5 %) maka dinyatakan valid dan ditabulasikan, maka pengujian validitas konstruk dilakukan dengan analisis faktor, yaitu dengan mengorelasikan antar skor item instrument (Sugiyono, 2014 : 208).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan konsistensi hasil alat ukur dalam gejala yang sama berulang kali. *Alpha cronbach's* merupakan salah satu koefisien yang handal dapat menunjukkan bagaimana setiap item dapat berkorelasi positif satu sama lain. Penelitian ini menggunakan *Alpha Cronbach's* tingkat uji reliabilitas penggunaan = 0.05.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian regresi dilakukan, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik meliputi uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas. Uji multikolinearitas ini dilakukan untuk menunjukan adanya hubungan linear antara variabel-variabel bebas dalam model regresi maupun untuk menunjukan ada tidaknya derajat kolinearitas yang tinggi di antara variable-variabel bebas. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena varian gangguan berbeda antar satu observasi dengan observasi lain. cara untuk mengdiagnosis adanya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) (Ghozali, 2009: 91). Apabila titik-titik tidak menyebar dan membentuk suatu pola maka tidak terdapat unsur heteroskedastisitas. Uji normalitas berfungsi untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variable dependent, variable independent atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data secara normal atau mendekati normal. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dimaksud untuk menganalisis data guna memecahkan masalah yang dihadapi, digunakan metode kuantitatif dengan menggunakan alat analisis statistik yaitu: Analisis digunakan untuk mengetahui hubungan antara variable terikat Y (kepuasan konsumen) dengan variabel bebas X_1 (strategi promosi), dan X_2 (kualitas layanan). Dengan formula:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F atau uji secara simultan bertujuan untuk melihat apakah variabel strategi promosi, dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t atau uji secara parsial untuk melihat apakah variabel strategi promosi, dan kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Koefisien Korelasi (R)

Analisis koefisien korelasi (R) ini digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), dalam hal ini mengukur kuat lemahnya hubungan Strategi Promosi (X_1), dan Kualitas Layanan (X_2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y).

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) diperlukan untuk menghitung selisih nilai Y riil dengan nilai Y prediksi dan nilai kuadrat nilai Y dengan nilai Y rata-rata.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Hasil Penelitian****Uji Validitas**

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terlebih dahulu terhadap responden untuk melihat kevalidan dan reliabelnya instrumen penelitian yang digunakan. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut Sugiyono (2014: 208) berikut ini adalah hasil pengujian Validitas dan Reliabilitas menggunakan metode Koefisien Alpha Cronbach sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

| Variabel | Korelasi (r) | | | | Koefisien | |
|----------------------------|---------------------|--------------------|-------|--------|----------------|----------|
| | r _{hitung} | r _{tabel} | Sig | Status | Alpha Cronbach | Status |
| Strategi Promosi (X_1) | | | | | | |
| 1 | 0,894 | 0,361 | 0,000 | Valid | 0,844 | Reliabel |
| 2 | 0,879 | 0,361 | 0,000 | Valid | | Reliabel |
| 3 | 0,913 | 0,361 | 0,000 | Valid | | Reliabel |
| 4 | 0,797 | 0,361 | 0,000 | Valid | | Reliabel |
| 5 | 0,599 | 0,361 | 0,014 | Valid | | Reliabel |
| Kualitas Layanan (X_2) | | | | | | |
| 1 | 0,927 | 0,361 | 0,000 | Valid | 0,941 | Reliabel |
| 2 | 0,921 | 0,361 | 0,000 | Valid | | Reliabel |
| 3 | 0,909 | 0,361 | 0,000 | Valid | | Reliabel |
| 4 | 0,901 | 0,361 | 0,000 | Valid | | Reliabel |
| 5 | 0,919 | 0,361 | 0,000 | Valid | | Reliabel |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | | | | | | |
| 1 | 0,623 | 0,361 | 0,000 | Valid | 0,821 | Reliabel |
| 2 | 0,837 | 0,361 | 0,000 | Valid | | Reliabel |
| 3 | 0,890 | 0,361 | 0,000 | Valid | | Reliabel |
| 4 | 0,623 | 0,361 | 0,000 | Valid | | Reliabel |
| 5 | 0,837 | 0,361 | 0,000 | Valid | | Reliabel |

Sumber : Hasil Olahan Data, 2016

Tabel 1 menunjukkan bahwa keseluruhan item pertanyaan untuk ke empat variabel adalah valid karena berada diatas nilai kritisnya $r_{tabel} = 0,361$ sehingga butir instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Berdasarkan pada hasil uji reliabilitas yang terlihat pada Tabel 1, maka seluruh variabel dalam instrument penelitian ini dinyatakan reliabel. Hal ini sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dimana nilai Alpha Cronbach yang dihasilkann masing-masing variabel berada diatas nilai kritis yang disarankan sebesar 0,6. Sehingga analisis data dapat dilanjutkan untuk memprediksi hubungan antar variabel sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Dengan menggunakan bantuan program *SPSS version 23 for windows* maka hasil uji asumsi klasik adalah sebagai berikut :

1. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas diuji dengan menghitung nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi Multikolinieritas atau Non Multikolinieritas. Menurut Suliyanto (2011: 90) berdasarkan *output* pada *coeficients* model dikatakan tidak terjadi multikolinear, karena nilai VIF < 10. Hasil pengujian ditunjukkan pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel Bebas | VIF | Keterangan |
|----------------------------|-------|-----------------------|
| Strategi Promosi (X_1) | 1.200 | Non Multikolinearitas |
| Kualitas Layanan (X_2) | 1.200 | Non Multikolinearitas |

Sumber : Hasil Olahan Data, 2016

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai output pada *coefficients model* dikatakan tidak terjadi Multikolinearitas karena semua nilai VIF < 10.

2. Uji Heterokedastisitas

Jika probabilitas > nilai alpha (0,05), maka dapat dipastikan model tidak mengandung unsur Heteroskedastisitas. Bila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung Heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti Non Heteroskedastisitas atau Homoskedastisitas. Hasil uji Heteroskedastisitas ditunjukkan pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

| Variabel Bebas | Probabilitas (p) | Keterangan |
|----------------------------|------------------|------------------------|
| Strategi Promosi (X_1) | .319 | Non Heterokedastisitas |
| Kualitas Layanan (X_2) | .165 | Non Heterokedastisitas |

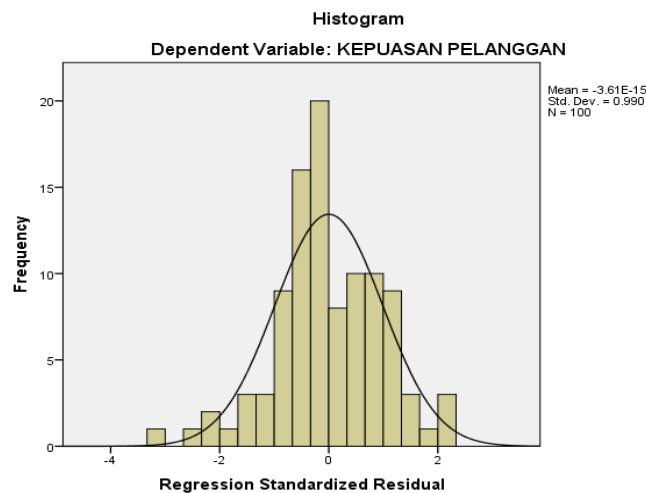
Sumber : Hasil Olahan Data, 2016

Tabel 3 dapat diketahui bahwa pada model tidak terjadi gejala Heterokedastisitas karena nilai probabilitas > nilai alpha (0,05), sehingga model baik bila digunakan untuk peramalan (estimasi).

3. Uji Normalitas

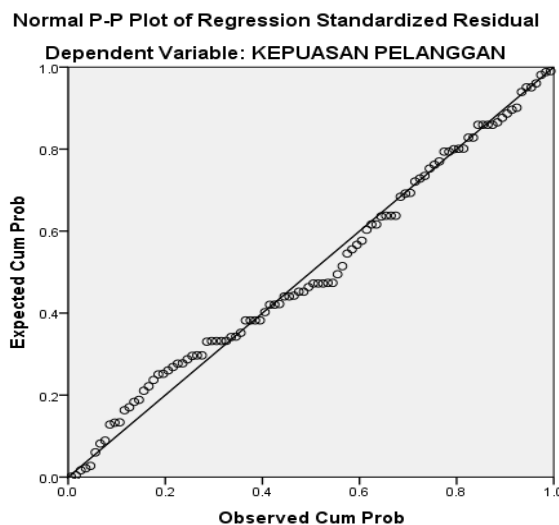
Uji Normalitas dapat dilakukan melalui dua pendekatan yaitu pendekatan grafik (*histogram* dan P-Plot) atau Uji Kolmogorov Smirnov. Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid atau bias terutama untuk sampel kecil. Suatu model regresi yang baik, adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Uji Normalitas yang dilakukan melalui pendekatan grafik (*histogram* dan P-Plot), hasilnya sebagai berikut :



Gambar 2. Histogram Regression
Sumber : Hasil Olahan Data, 2016

Melihat kurva normal pada histogram, dapat dikatakan bahwa model berdistribusi normal, karena membentuk lonceng. Suliyanto (2011: 91) menyatakan bahwa untuk melihat kurva normal pada histogram apabila model berdistribusi normal karena membentuk lonceng. Cara lainnya yaitu dengan melihat diagram *Normal P-Plot Regression Standardized* untuk melihat apakah model berdistribusi normal atau tidak. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 3 sebagai berikut :



Gambar 3. Normal P-Plot of Regression Standardized Residual
Sumber : Hasil Olahan Data, 2016

Gambar 3 menunjukkan bahwa grafik *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual* menggambarkan arah garis diagonal grafik tersebut. Dengan kata lain bahwa keberadaan titik-titik disekitar garis linear dan pada Scatter Plot, tampak titik-titik menyebar disekitar garis linear, hal ini menunjukkan bahwa model berdistribusi normal. Dengan mempertimbangkan unsur subjektivitas, maka agar lebih objektif, hasil ini diuji kembali menggunakan analisis uji *chi square* atau *Kolmogorov Smirnov*, dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4. NPar Test (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | .34516953 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .077 |
| | Positive | .077 |
| | Negative | -.068 |
| Test Statistic | | .077 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .157 ^c |

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data

Sumber : Hasil Olahan Data, 2016

Hasil analisis menunjukkan bahwa kurva nilai residual terstandarisasi, dan dikatakan menyebar normal karena nilai *assymp. Sig (2-tailed)* = 0,157 > α (0,05). Dari data tersebut dapat dikatakan nilai residual tertandarisasi menyebar secara normal. Dengan demikian model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi Normalitas.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Berganda, Korelasi, Determinasi dan Uji Hipotesis

| Variabel | B | Standart Error | t _{hitung} | Sig | Ket |
|--|--------|--------------------|---------------------|---------------------|------------|
| Constant | -0,029 | 0,215 | 0,135 | 0,893 | Signifikan |
| Strategi Promosi (X ₁) | 0,408 | 0,057 | 7,202 | 0,000 | Signifikan |
| Kualitas Layanan (X ₂) | 0,637 | 0,056 | 11,467 | 0,000 | Signifikan |
| R = 0,870 | | Sig F= 0,000 | | Jumlah sampel = 100 | |
| R Square = 0,756 | | F hitung = 150.489 | | t tabel = 1.660 | |
| Adjusted R Square = 0,751 | | F Tabel = 3.07 | | α = 0,05 | |
| Kepuasan Pelanggan (Y) = 0,029 + 0,408 X ₁ + 0,637 X ₂ + e | | | | | |

Sumber : Hasil Olahan Data, 2016

Dari hasil analisis, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,029 + 0,408 X_1 + 0,637 X_2$$

Dari persamaan regresi linier berganda di atas, dapat menginformasikan bahwa :

1. Nilai konstanta sebesar 0,029 artinya jika variabel independen yang terdiri dari ; Strategi Promosi BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (X₁) dan Kualitas Layanan BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (X₂) dianggap tidak ada atau tidak diterapkan maka dengan Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (Y) sebesar 0,029 skala satuan.
2. Koefisien regresi Strategi Promosi BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (X₁) sebesar 0,408 artinya, jika Strategi Promosi BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (X₁) dinaikkan sebesar 1 skala satuan maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (Y) sebesar 0,408 skala satuan dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap tetap / *ceteris paribus*.
3. Koefisien regresi Kualitas Layanan BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (X₂) sebesar 0,637 artinya jika Kualitas Layanan BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (X₂) meningkat sebesar 1 skala satuan maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (Y) sebesar 0,637 skala satuan dengan asumsi variabel-variabel lainnya dianggap tetap / *ceteris paribus*.

Koefisien Korelasi dan Determinasi

1. Pengaruh antara Strategi Promosi BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (X_1), Kualitas Layanan BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (X_2) dapat dilihat melalui koefisien korelasi terutama digunakan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (Y). Hasil koefisien korelasi atau R sebesar 0,870 hal ini menunjukkan bahwa hubungan Strategi Promosi BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (X_1) dan Kualitas Layanan BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (X_2) Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (Y), mempunyai hubungan yang positif yaitu sebesar 87 % atau bisa dikatakan keeratan hubungannya cukup kuat.
2. Hasil Koefisien Determinasi atau R^2 (r^2) adalah sebesar 0,756 yang menunjukkan bahwa 75,6% Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano dipengaruhi oleh Strategi Promosi, dan Kualitas Layanan, sementara sisanya sebesar 24,4% dipengaruhi oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara bersama variabel Strategi Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano. Uji hipotesis pengaruh secara bersama menggunakan angka F. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan angka taraf signifikan hasil perhitungan dengan taraf signifikan 0,05 (5%) dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika $F_{hitung} (sig) \geq \alpha$ 0,05 maka H_0 diterima dan H_a di tolak, artinya tidak ada pengaruh yang nyata.
2. Jika $F_{hitung} (sig) < \alpha$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a di terima, artinya ada pengaruh yang nyata.

Berdasarkan perhitungan menunjukkan bahwa nilai hitung F sebesar 150,489 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya Strategi Promosi BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (X_1) dan Kualitas Layanan BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (Y), di terima.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh Strategi Promosi, dan Kualitas Layanan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano, dengan menggunakan kriteria uji hipotesis sebagai berikut:

1. $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$), maka H_0 diterima sehingga H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang nyata.
2. $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$), maka H_0 ditolak sehingga H_a diterima, artinya ada pengaruh yang nyata.

Hasil perhitungan diperoleh :

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel Strategi Promosi BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (X_1) sebesar 7,202 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,660 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak artinya Strategi Promosi BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (Y), dengan demikian variabel ini dapat digunakan dalam model penelitian.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Layanan BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (X_2) sebesar 11,467 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,660 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ hingga H_0 ditolak artinya variabel Kualitas Layanan BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano (Y), dengan demikian variabel ini dapat digunakan di dalam model penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil yang didapat dari analisis regresi linear berganda dengan pengujian secara simultan diketahui bahwa variabel strategi promosi dan kualitas layanan diperoleh nilai F dan signifikansi yang berarti bahwa variabel strategi promosi dan kualitas layanan secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano.

Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel Strategi Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano. Hasil ini menunjukkan bahwa penilaian yang baik tentang strategi promosi yang sesuai dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna jasa BPJS tersebut. Hal ini berarti pihak BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano telah memberikan Strategi Promosi yang sesuai kepada pelanggannya, terbukti dari hasil yang menunjukkan bahwa strategi promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Huda & Farida (2014) dalam penelitiannya, Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Toko Elektronik di Pati, yang menunjukkan bahwa Strategi Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pelayanan yang diberikan BPJS yang ada di RSUD Sam Ratulangi Tondano sangat mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga perlu memperhatikan faktor kualitas pelayanan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Moha & Loindong (2014), Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan saat ini, lebih dipentingkan dalam dunia bisnis karena diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan juga akan memperhitungkan persaingan yang timbul dari berbagai jasa.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini adalah:

1. Strategi Promosi, dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano.
2. Strategi Promosi secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano.
3. Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano.

Saran

Saran yang diberikan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagi pihak manajemen BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano, sebaiknya meningkatkan strategi promosi melalui program-program promosi yang menarik, seperti iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat, sehingga dapat menambah jumlah pengguna BPJS dan mempertahankan pelanggan yang ada.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya perlu dilakukan pengkajian dengan cara memperdalam variabel penelitian seperti strategi promosi dan kualitas layanan sehingga dapat diperoleh variabel-variabel lain yang berguna bagi pengembangan penelitian ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Cetakan Ketiga Belas. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Bailia, J.F.T., Agus S. Soegoto., dan Sjendry S.R. Loindong. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA*. ISSN 2303-1174. Vol.2 No.3 (2014). <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5959>. Tanggal Akses : 3 Mei 2016. Hal. 1768-1780.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Universitas Diponegoro.
- Haryanto, Resty. 2013. Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran McDonald's Manado. *Jurnal EMBA*. ISSN 2303-1174. Vol.1. No.4 (2013). <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2923/2474>. Tanggal Akses : 6 Februari 2016. Hal. 1465-1473.
- Huda, Ahmad, S., dan Ida Farida. 2014. Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Joko Elektronik di Pati. *Universitas Dian Nuswantoro*. http://eprints.dinus.ac.id/8816/1/jurnal_13618.pdf. Tanggal Akses : 18 April 2016
- Kementrian Kesehatan RI. 2013. *Buku Saku FAQ, Frequently Asked Question BPJS Kesehatan*. Kementrian Kesehatan RI, Jakarta.
- Kotler, Philip., dan Kevin, L. Keller. 2009a. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi Keduabelas. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip., dan Kevin, L. Keller. 2009b. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Keduabelas, Indeks, Jakarta.
- Lamb, Charles W., Joseph F. Hair., dan McDaniel. 2001. *Pemasaran*. Buku 1. Penerjemah David Octarevia. Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta, Bandung.
- Suliyanto. 2011. *Ekonomika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andy, Yogyakarta.
- Wongkar, I., dan Agus S. Soegoto. 2015. Strategi Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Kinerja Sirkulasi Surat Kabar Manado Post. Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA*. ISSN 2303-1174. Vol.3 No.2 (2015). <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/>. Tanggal Akses : 3 Mei 2016. Hal 806-817.
- Moha, S., dan Sjendry S.R. Loindong. 2016. Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA*. ISSN 2303-1174. Vol.4 No.1 (2016). <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/11715/11308>. Tanggal Akses : 3 Mei 2016. Hal. 575-584.