

Hubungan antara Service Convenience dengan Perilaku Pasca Pemanfaatan Pelayanan Persalinan

The Relationship Between Service Convenience and Behaviour in Post-Maternity Care Utilization

BIMANTARA
DJAZULY CHALIDYANTO

* Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Airlangga, Surabaya

ABSTRACT

Mother and Child Hospital (RSIA) Muslimat Jombang is one of hospitals located in Jombang which has duties and functions to provide professional health care. During its development, BOR of RSIA Muslimat Jombang decreased from the years 2009-2011. This study aims to analyze the relationship between service convenience and behavior in post-maternity care utilization in order to make appropriate recommendations. This is an observational study. The population in this research were the normal maternity and caesar section using inpatient services in the maternity room of RSIA Muslimat Jombang at the time of the study. The sample for this study was selected by accidental sample technique. The data obtained were analyzed through Spearman correlation test. The Spearman correlation test showed that there are relationships among decision convenience ($p = 0.019$), access convenience ($p = 0.043$), transaction convenience ($p = 0.013$), benefit convenience ($p = 0.005$) and Post benefit convenience ($p = 0.007$) with the behavior of post-maternal care utilization in the maternal room of RSIA Muslimat Jombang. Recommendation which was obtained based on the results of the FGD RSIA Muslimat Jombang management is to approach the insurance company to provide the latest service information available at RSIA Muslimat Jombang, making ATM payment system or an online buyer to improve transaction convenience, and using the website as well as dissemination of information including the tariffs.

Keywords: service convenience, behaviour post-maternity care utilization

Correspondence: Bimantara, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Airlangga, e-mail: jurnalakk@yahoo.com

PENDAHULUAN

Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Muslimat Jombang merupakan salah satu lembaga pelayanan kesehatan masyarakat yang berada di kota Jombang yang mempunyai tugas dan fungsi untuk memberikan pelayanan kesehatan yang profesional. RSIA Muslimat Jombang adalah rumah sakit swasta yang berdiri pada lokasi strategis yakni di tengah-tengah kota tepatnya di jalan Urip Sumoharjo 32-34 Jombang. RSIA Muslimat Jombang mendapatkan ijin tetap sebagai Rumah Sakit Ibu dan Anak sejak tahun 1995, dengan kapasitas tempat tidur 44 tempat tidur. Namun sejak tahun 2019 kapasitas tempat tidur rumah sakit meningkat menjadi 85 yang terdiri dari tempat tidur di ruang Bersalin sebanyak 27 tempat tidur, di ruang anak sebanyak 26 tempat tidur dan di ruang bayi sebanyak 32 tempat tidur.

Salah satu indikator yang digunakan untuk menilai pelayanan rumah sakit adalah *Bed Occupancy Rate* (BOR) yang merupakan persentase pemakaian tempat tidur pada satu satuan waktu tertentu. Indikator ini akan memberikan gambaran tinggi rendahnya tingkat pemanfaatan dari tempat tidur rumah sakit. Menurut Departemen Kesehatan Republik Indonesia (2007), nilai parameter BOR ini idealnya berada pada kisaran 60–85%. Sebagai gambaran Rumah Sakit Ibu dan Anak Muslimat Jombang memiliki 85 tempat tidur (TT), mempunyai BOR untuk rata-rata

pada setiap satu tahun dari tahun 2009–2011 yaitu 50,6% ruang bersalin.

Rendahnya dan turunnya BOR Rumah Sakit terhadap pelayanan kesehatan Rumah Sakit Ibu dan Anak Muslimat Jombang ini menunjukkan bahwa perilaku pelanggan pasca pemanfaatan jasa Rumah Sakit yang rendah. Jika BOR lebih rendah dari nilai BOR ideal, hal ini menggambarkan masih rendahnya kepercayaan masyarakat untuk menggunakan jasa pelayanan di rumah sakit tersebut terutama dalam memberikan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap (Depkes, 2007).

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa BOR RSIA mengalami penurunan, dapat dilihat pada tahun 2010 pencapaian BOR sebesar 56,7% dan menurun pada tahun 2011 menjadi 53%. Setelah dilakukan perhitungan jumlah kunjungan ibu bersalin dapat diketahui bahwa kunjungan ibu bersalin di RSIA Muslimat Jombang mengalami penurunan pada tahun 2009-2011. Pada tahun 2009 jumlah kunjungan sebesar 2304 pasien, tahun 2010 sebesar 1988 pasien dan tahun 2011 menjadi 1493 pasien.

Berdasarkan wawancara pendahuluan dengan Pasien Rawat Inap di Ruang Bersalin RSIA Muslimat Jombang menyatakan bahwa kunjungan dokter spesialis ke pasien bangsal untuk memeriksa kurang dan kamar mandi kurang bersih, sehingga pasien menjadi tidak

Tabel 1.

Data Tingkat Pemanfaatan Tempat Tidur Pada Unit Ruang Bersalin RSIA Muslimat Jombang Tahun 2009-2011

	2009			2010			2011		
	BOR	TT	ALOS	BOR	TT	ALOS	BOR	TT	ALOS
Bersalin	42,1%	27	1,8	56,7%	27	2,81	53%	27	2,31
RS	50,3%	85	3,42	56,5%	85	2,86	52,6%	85	2,5

nyaman. Hal tersebut mengurangi keinginannya untuk memanfaatkan kembali jasa rumah sakit. Sedangkan menurut pasien yang lain setelah melakukan pembayaran dirasakan tarif sangat mahal sehingga hal ini juga mengurangi kenyamanan pasien.

Berbagai uraian di atas melatarbelakangi penelitian untuk mengetahui hubungan antara kenyamanan pelayanan dengan perilaku Pasca Pemanfaatan Pelayanan Persalinan. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah menyusun rekomendasi mengenai upaya peningkatan BOR Ruang bersalin melalui analisis hubungan antara *service convenience* dengan perilaku pasca pemanfaatan pelayanan persalinan di RSIA Muslimat Jombang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian observasional dengan rancangan penelitian *cross sectional*. Penelitian berlokasi di instalasi rawat inap RSIA Muslimat Jombang. Populasi penelitian adalah ibu bersalin secara normal maupun operasi *caesar* yang menggunakan pelayanan rawat inap ruang bersalin di RSIA Muslimat Jombang. Teknik pengambilan sampel adalah *accidental Sampling*. Karena pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* maka populasi penelitian ini bersifat infinit.

Kriteria sampel pada penelitian ini sebagai berikut: 1) Ibu bersalin yang memanfaatkan pelayanan rawat inap RSIA Muslimat Jombang, 2) Sadar dan mampu berkomunikasi dengan baik, 3) Ibu bersalin ikut berperan aktif dalam menentukan tempat persalinan. Pengumpulan data pada bulan

Mei-Juni 2012. Analisis korelasi *service convenience* dengan perilaku pasca pemanfaatan pelayanan RSIA Muslimat dilakukan dengan korelasi pearson. Kriteria untuk isu strategis adalah semua variabel *service convenience* yang berdasarkan analisis statistik memiliki hubungan dengan perilaku pasca pemanfaatan pelayanan. Selanjutnya dilakukan FGD untuk menyusun rekomendasi mengenai upaya peningkatan BOR Ruang bersalin melalui analisis hubungan *service convenience* dengan perilaku pasca pemanfaatan pelayanan persalinan di RSIA Muslimat Jombang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Service Convenience di Instalansi Rawat Inap RSIA Muslimat Jombang

Kenyamanan pelayanan (*service convenience*) adalah sebagai persepsi pasien mengenai waktu

dan usaha mereka untuk mendapatkan pelayanan kesehatan sehingga semua tipe kenyamanan yang dapat memudahkan usaha dan mempersingkat waktu pasien untuk mendapatkan pelayanan kesehatan merupakan kenyamanan pelayanan. *Service convenience* dapat diukur menggunakan lima variabel yaitu *decision convenience*, *access convenience*, *transaction convenience*, *benefit convenience* dan *post benefit convenience* (Berry *et al.*, 2002).

Decision Convenience (keputusan pasien untuk menggunakan suatu jasa), merupakan persepsi konsumen mengenai waktu yang dan upaya yang mereka keluarkan untuk melakukan pembelian jasa atau keputusan digunakan (Berry *et al.*, 2002). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Decision Convenience* (kemudahan membuat keputusan untuk menggunakan suatu jasa) pada RSIA Muslimat Jombang sudah baik hal ini dibuktikan dengan nilai komposit untuk variabel *Decision Convenience* sebesar 3,39 yang berarti berada pada kategori cukup mudah. Untuk penerimaan informasi yang lengkap mengenai layanan Rumah Sakit sebelum memutuskan menggunakan layanannya, nilai komposit pasien yaitu sebesar 3,30. Hal ini disebabkan karena pasien masih merasa belum mendapatkan informasi lengkap mengenai pelayanan yang ada pada RSIA Muslimat Jombang.

Persepsi terhadap kenyamanan pelayanan tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik dari layanan dan perbedaan individu konsumen tapi juga oleh faktor dari perusahaan terkait sehingga kemudahan membuat keputusan pasien untuk menggunakan suatu jasa tidak terlepas dari peran perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan konsumen (Berry *et al.*, 2002). *Access Convenience* (kemudahan untuk segera mendapatkan tempat pelayanan), merupakan waktu dan upaya yang mereka keluarkan untuk memulai pelayanan. (Berry *et al.*, 2002). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Access Convenience* (kemudahan untuk segera mendapatkan tempat pelayanan) pada RSIA Muslimat Jombang sudah baik hal ini dibuktikan dengan nilai komposit untuk variabel *Access Convenience* sebesar 3,74 yang berarti berada pada kategori mudah untuk mengakses.

Akses kenyamanan ini penting karena begitu banyak layanan membutuhkan partisipasi konsumen. Akses Kenyamanan dapat ditingkatkan dengan beberapa cara, antara lain: dengan menawarkan beberapa cara kepada konsumen untuk memulai layanan, membawa pelayanan kepada konsumen daripada membawa konsumen untuk layanan dan mengurangi waktu dan usaha konsumen

dalam mencari dan mendapatkan layanan lain yang terkait layanan inti secara fungsional (Berry *et al.*, 2002).

Transaction Convenience (kemudahan dalam bertransaksi), merupakan waktu dan upaya yang mereka keluarkan untuk bertransaksi (Berry *et al.*, 2002). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Transaction Convenience* (kemudahan bertransaksi) pada RSIA Muslimat Jombang sudah baik hal ini dibuktikan dengan nilai komposit untuk variabel *Transaction Convenience* sebesar 3,38 yang berarti berada pada kategori cukup. Untuk kecepatan waktu mendapatkan pelayanan (kurang lebih 5 menit), nilai komposit pasien masih di bawah *cut of point* yaitu 2.79. Hal ini disebabkan karena pasien merasa waktu tunggu sebelum mendapatkan pelayanan tidak kurang dari 10–15 menit.

Persepsi kenyamanan transaksi mencerminkan waktu yang dihabiskan secara fisik untuk melakukan transaksi pembayaran, yang dapat menjadi masalah bagi perusahaan adalah masalah antrian. Waktu tunggu antrian sering dianggap sebagai hal yang memberikan pengaruh negatif terhadap evaluasi layanan secara keseluruhan (Kumar, Kalwani, & Dada, 1997) dalam Seiders *et al.*, (2007). *Benefit convenience* (kemudahan dan kecepatan dalam mendapatkan pelayanan yang bermanfaat) merupakan waktu dan upaya yang mereka keluarkan untuk mendapatkan keuntungan inti layanan (Berry *et al.*, 2002).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Benefit Convenience* (kemudahan dan kecepatan dalam mendapatkan pelayanan yang bermanfaat) pada RSIA Muslimat Jombang sudah baik hal ini dibuktikan dengan nilai komposit untuk variabel *Benefit Convenience* sebesar 3,58 yang berarti berada pada kategori mudah, namun untuk kemudahan mendapatkan informasi mengenai pelayanan yang dibutuhkan, nilai komposit pasien sebesar 3.07. Hal ini disebabkan karena sebagian besar pasien mendapatkan informasi dari orang tua maupun saudara, bukan dari media massa. Manfaat kenyamanan, yang mendasari pengalaman pelayanan, memiliki kepentingan yang bervariasi dalam kategori layanan (Holbrook & Lehmann, 1981) dalam Seiders *et al.*, (2007).

Post Benefit Convenience (pemakaian kembali jasa tersebut) merupakan waktu dan upaya yang mereka keluarkan dalam rangka untuk melakukan kontak ulang dengan penyedia layanan pasca pemanfaatan layanan (Berry *et al.*, 2002). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Post Benefit Convenience* (pemakaian kembali jasa tersebut) pada RSIA Muslimat Jombang sudah baik hal ini dibuktikan dengan nilai komposit untuk variabel *Post Benefit Convenience* sebesar 4,02 yang berarti berada pada kategori mudah. Kenyamanan post benefit menjadi penting setelah pemberian layanan diberikan. Faktor yang menentukan kenyamanan post benefit sering berhubungan dengan upaya perbaikan layanan, di mana pada saat pemberian layanan sering terjadi prosedur layanan, kesalahan transaksi, atau perubahan pikiran pasien (Seiders *et al.*, 2007).

Perilaku Pasca Pemanfaatan Pelayanan Persalinan di Instalasi Rawat Inap RSIA Muslimat Jombang

Perilaku pasien pasca pemanfaatan pelayanan di RSIA Muslimat Jombang dibedakan menjadi dua kategori, yaitu kepuasan pasca pemanfaatan layanan dan tindakan pasca pembelian jasa layanan kesehatan. Menurut Setiadi (2003), perilaku pasca pembelian merupakan bagian dari proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku sesudah pembelian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pasca pemanfaatan layanan pada RSIA Muslimat Jombang sudah baik hal ini dibuktikan dengan nilai komposit untuk variabel kepuasan pasca pemanfaatan layanan sebesar 3.67 yang berarti berada pada kategori puas. Kepuasan pembeli merupakan fungsi dari seberapa dekat harapan pembeli atas suatu produk dengan kinerja yang dirasakan pembeli atas produk tersebut. Jika kinerja produk lebih rendah dari harapan, pasien akan kecewa, jika ternyata sesuai harapan, pasien akan puas, jika melebihi harapan pasien akan sangat puas (Setiadi, 2003).

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tindakan pasca pembelian jasa layanan pada RSIA Muslimat Jombang sudah baik hal ini dibuktikan dengan nilai komposit untuk variabel tindakan pasca pembelian jasa layanan sebesar 3.62 yang berarti berada pada kategori mudah. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk akan memengaruhi perilaku selanjutnya. Jika konsumen puas, ia akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali produk tersebut dan kemungkinan pasien yang puas akan menceritakan hal-hal yang baik tentang produk tersebut kepada orang lain. Para pasien yang tidak puas bereaksi sebaliknya (Setiadi, 2003). Menurut Supriyanto dan Ernawaty (2010), kesediaan untuk kembali menggunakan pelayanan kesehatan (loyalitas) dapat dilihat melalui: 1) perspektif perilaku, artinya pasien dikatakan loyal apabila melakukan pembelian secara konsisten, 2) Perspektif sikap berupa kecenderungan, seperti adanya perilaku pasien yang pindah merek apabila ada diskon.

Hubungan Persepsi Service Convenience dengan Perilaku Pasca Pemanfaatan Pelayanan Persalinan di Instalasi Rawat Inap RSIA Muslimat Jombang

Untuk mengetahui hubungan antara kenyamanan pasien (*Service Convenience*) dengan perilaku pasca pemanfaatan pelayanan maka dilakukan uji korelasi Pearson. Hasil yang diperoleh dari uji korelasi tersebut adalah semua variabel *Service Convenience* berkorelasi positif dengan perilaku pasca pemanfaatan pelayanan.

Berdasarkan hasil uji diperoleh bahwa aspek *Decision Convenience* memiliki nilai $p = 0,000$ ($p < \alpha$) sehingga H_0 ditolak, yang berarti ada hubungan antara *Decision Convenience* dengan perilaku pasca pemanfaatan pelayanan. Semakin tinggi tingkat *Decision*

Convenience maka semakin tinggi pula perilaku pasien pasca pemanfaatan pelayanan di RSIA Muslimat.

Berdasarkan hasil uji diperoleh bahwa aspek *Access Convenience* memiliki nilai $p = 0,000$ ($p < \alpha$) sehingga H_0 ditolak, yang berarti ada hubungan antara *Access Convenience* dengan perilaku pasca pemanfaatan pelayanan. Semakin tinggi tingkat *Access Convenience* maka semakin tinggi pula perilaku pasien pasca pemanfaatan pelayanan di RSIA Muslimat.

Berdasarkan hasil uji diperoleh bahwa aspek *Transaction Convenience* memiliki nilai $p = 0,000$ ($p < \alpha$) sehingga H_0 ditolak, yang berarti ada hubungan antara *Transaction Convenience* dengan perilaku pasca pemanfaatan pelayanan. Semakin tinggi tingkat *Transaction Convenience* maka semakin tinggi pula perilaku pasien pasca pemanfaatan pelayanan di RSIA Muslimat.

Berdasarkan hasil uji diperoleh bahwa aspek *Benefit Convenience* memiliki nilai $p = 0,005$ ($p < \alpha$) sehingga H_0 ditolak, yang berarti ada hubungan antara *Benefit Convenience* dengan perilaku pasca pemanfaatan pelayanan. Semakin tinggi tingkat *Benefit Convenience* maka semakin tinggi pula perilaku pasien pasca pemanfaatan pelayanan di RSIA Muslimat.

Berdasarkan hasil uji diperoleh bahwa aspek *Post Benefit Convenience* memiliki nilai $p = 0,007$ ($p < \alpha$) sehingga H_0 ditolak, yang berarti ada hubungan antara *Post Benefit Convenience* dengan perilaku pasca pemanfaatan pelayanan. Semakin tinggi tingkat *Post Benefit Convenience* maka semakin tinggi pula perilaku pasien pasca pemanfaatan pelayanan di RSIA Muslimat.

Berdasarkan analisis statistik diperoleh hasil bahwa nilai korelasi terbesar pada *service convenience* adalah *transaction convenience* yaitu sebesar 0,613. Hal ini berarti prioritas utama untuk meningkatkan perilaku pasca pemanfaatan adalah dengan meningkatkan aspek *Transaction Convenience*. Berdasarkan hasil tabulasi silang karakteristik pasien dengan *transaction convenience* diperoleh hasil bahwa semakin tua usia pasien dan semakin banyak persalinan yang telah dilakukan pasien maka semakin sulit untuk mendapatkan kenyamanan bertransaksi. Dari hal ini maka sasaran utama untuk meningkatkan kenyamanan bertransaksi adalah kelompok pasien usia tua >35 tahun dan pasien yang sudah melakukan persalinan lebih dari 1 kali, bagaimana caranya supaya pasien yang usianya >35 tahun dan sudah melakukan persalinan lebih dari satu kali bisa meningkatkan kenyamanan bertransaksinya.

Rekomendasi Upaya Peningkatan BOR di RSIA Muslimat Jombang

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan isu strategis yang diperoleh melalui FGD ada beberapa tahapan yang harus dilakukan oleh pihak manajemen RSIA Muslimat sebagai upaya meningkatkan BOR ruang bersalin RSIA Muslimat Jombang. Sebanyak $p = 52,86\%$ pasien RSIA Muslimat Jombang memiliki penghasilan $\geq 1.500.000$ yang menunjukkan bahwa segmentasi

pasar untuk RSIA Muslimat adalah masyarakat tingkat menengah atas dan 50% berusia antara 26-35 tahun yang menunjukkan kelompok usia produktif.

Pada aspek *Decision Convenience* dapat diketahui bahwa nilai untuk kemudahan memutuskan menggunakan pelayanan di RSIA ini karena sebelumnya pasien sudah cukup mendapatkan informasi mengenai RSIA Muslimat sebesar 3,33 yang berarti berada pada tingkat biasa. Hal ini menunjukkan bahwa pasien masih memerlukan informasi yang lengkap mengenai pelayanan apa saja yang ada di RSIA Muslimat sebelum mereka memutuskan untuk menggunakan layanan di rumah sakit tersebut.

Rekomendasi yang dapat diberikan untuk meningkatkan *Decision Convenience* mengenai semua pelayanan yang ada di RSIA Muslimat adalah sebagai berikut: 1) Melakukan pendekatan kepada pihak asuransi dengan memberikan info layanan terbaru yang ada di RSIA Muslimat Jombang, 2) Memberikan fasilitas unit care ke rumah pasien yang melakukan pemeriksaan pasca pelayanan di RSIA Muslimat dan juga memberikan info kepada masyarakat luas mengenai layanan terbaru di RSIA Muslimat Jombang, 3) Menyebarkan leaflet dan memasang iklan di radio mengenai info layanan terbaru di RSIA Muslimat beserta tarifnya.

Media ini terutama ditujukan untuk pasien dengan kelompok pendidikan rendah dan penghasilan rendah, 4) Membuat web tentang pelayanan di RSIA Muslimat lengkap beserta tarifnya. Media ini terutama ditujukan kepada pasien dengan kelompok usia muda sehingga membantu mempermudah mengambil keputusan untuk menggunakan pelayanan di RSIA Muslimat Jombang, 5) Melakukan evaluasi terhadap media promosi yang sudah dilakukan sehingga bisa diketahui media mana yang memberikan kontribusi tertinggi untuk penyebaran informasi dan media mana yang kurang efektif dalam penyampaian informasi.

Menurut Supriyanto (2010) menjelaskan bahwa promosi dapat memengaruhi kesadaran atau pikiran konsumen akan keberadaan produk atau jasa, mengubah sikap dan minat konsumen pada produk atau jasa yang dipromosikan agar timbul keinginan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan kemudian mendorong konsumen untuk membeli. Oleh karena itu perlu dilakukan promosi produk pelayanan RSIA Muslimat Jombang sehingga pasien dapat dengan mudah dan cepat memutuskan memilih RSIA Muslimat Jombang saat membutuhkan layanan bersalin (*Decision Convenience* mudah).

Pada aspek *Transaction Convenience* dapat diketahui bahwa nilai untuk poin waktu yang dibutuhkan pasien untuk mendapatkan pelayanan adalah sebesar 2,94 yang berarti berada pada tingkat cukup mudah. Hal ini berarti bahwa pasien merasa waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan pelayanan terlalu lama, mulai dari pendaftaran, waktu tunggu, pembayaran hingga apotek. Rekomendasi yang dapat diberikan untuk meningkatkan *Transaction Convenience* yaitu dengan

mempersingkat waktu yang dibutuhkan pasien untuk mendapatkan pelayanan kesehatan adalah sebagai berikut: 1) Mengeluarkan aturan jam buka praktik bagi dokter yang memang membuka jasa praktek di rumahnya sehingga jadwalnya tidak mengganggu waktu tugasnya di RSIA Muslimat, 2) Membuka 2 loket untuk pelayanan pada pasien yang menggunakan asuransi sehingga bisa mengurangi antrian, 3) Membuat sistem pembayaran ATM atau buyer online sehingga pada saat keluarga yang di rumah akan membayar biaya selama perawatan di RSIA Muslimat tidak perlu datang langsung ke rumah sakit.

Kenyamanan pelanggan (*service convenience*) merupakan persepsi pasien dalam menggunakan jasa kesehatan (Berry *et al.*, 2002). Persepsi kenyamanan transaksi mencerminkan waktu yang dihabiskan secara fisik untuk melakukan transaksi pembayaran, yang dapat menjadi masalah bagi perusahaan adalah masalah antrian. Waktu tunggu antrian sering dianggap sebagai hal yang memberikan pengaruh negatif terhadap evaluasi layanan secara keseluruhan (Kumar, Kalwani, & Dada, 1997) dalam Seiders *et al.* (2007). Oleh karena itu perlu dilakukan perbaikan pada RSIA Muslimat Jombang agar pasien merasa puas dan tumbuh loyalitas pada diri pasien.

SIMPULAN

Service Convenience RSIA Muslimat Jombang berada pada kategori baik, artinya kenyamanan pelayanan di RSIA Muslimat Jombang sudah memenuhi kebutuhan pelanggan. Tetapi tidak semua unsur *service convenience* dalam kategori baik, yaitu *Decision Convenience* dan *Transaction Convenience* berada pada kategori biasa. Perilaku Pasca pemanfaatan RSIA Muslimat Jombang berada pada kategori baik, artinya pelanggan merasa puas dan bersedia menggunakan pelayanan kesehatan RSIA Muslimat Jombang kembali ketika dibutuhkan. Semua unsur *Service Convenience* berkorelasi positif dengan perilaku pasca pemanfaatan pelayanan kesehatan di Rawat inap ruang bersalin RSIA Muslimat Jombang. Semakin tinggi aspek kenyamanan pelayanan maka semakin tinggi perilaku pasca pemanfaatan pelayanan kesehatan yang dicapai.

SARAN

Saran yang diperoleh dari hasil penelitian adalah sebagai berikut. (1) Meningkatkan kualitas layanan mobil care yang sudah dilaksanakan agar semakin meningkatkan kemauan masyarakat untuk menggunakan layanan di RSIA Muslimat Jombang. (2) Memaksimalkan media promosi yang disesuaikan dengan segmentasi pasar RSIA Muslimat Jombang seperti penggunaan web untuk kalangan usia muda, pemasangan iklan di radio dan media leaflet untuk masyarakat yang berpendidikan rendah sehingga mempermudah akses informasi bagi pelanggan atau masyarakat yang belum mengenal RSIA Muslimat Jombang. (3) Melakukan evaluasi terhadap media promosi yang sudah dijalankan sehingga bisa diketahui media mana yang paling efektif dan tidak efektif dalam promosi RSIA Muslimat Jombang. (4) Meningkatkan kenyamanan bertransaksi dengan membuat sistem ATM atau buyer online sehingga keluarga pasien tidak perlu repot-repot datang ke rumah sakit untuk melakukan pembayaran pasca pemanfaatan pelayanan di RSIA Muslimat Jombang karena transaksi pembayaran bisa dilakukan di rumah. Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan uji pengaruh untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *service convenience* dengan perilaku pasca pemanfaatan pelayanan di ruang bersalin RSIA Muslimat Jombang.

DAFTAR PUSTAKA

- Berry, L.L., Seiders dan Grewal, D., 2002. *Understanding Service Convenience*. Journal of Marketing, vol 66 (July 2002): 1-17.
- Depkes RI. 2007. *Upaya Peningkatan Mutu Pelayanan Rumah Sakit Pendidikan dan Latihan Pegawai*. Jakarta
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Seiders, K., Voss, G., Godfrey, A. and Grewal, D. (2007) 'SERVCON: Development and Validation of a Multi-dimensional Service Scale', Journal of the Academy of Marketing Science 35(1): 144–56.
- Supriyanto, S & Ernawaty. 2010. *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.