

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian

1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Rumah sakit yang terletak hanya sekitar lima menit (satu kilometer) dari Malioboro ini berkomitmen untuk menjadi rumah sakit Islam terpercaya di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah. RS PKU Muhammadiyah awalnya didirikan berupa klinik sederhana pada tanggal 15 Februari 1923 di kampung Jagang Notoprajan Yogyakarta. Awalnya bernama PKO (Penolong Kesengsaraan Oemoem) dengan maksud menyediakan pelayanan kesehatan bagi kaum dhuafa'. Didirikan atas inisiatif H.M. Sudjak yang didukung sepenuhnya oleh K.H. Ahmad Dahlan. Seiring dengan perkembangan jaman, pada sekitar era tahun 1980-an nama PKO berubah menjadi PKU (Pembina Kesejahteraan Umat)

Pada tahun 1928 perkembangan klinik semakin bertambah besar dan berkembang menjadi poliklinik PKO Muhammadiyah. Lokasi juga harus lebih luas dan perlu dipindahkan ke tempat yang lebih memadai dengan menyewa sebuah bangunan di Jalan Ngabean No.12 B Yogyakarta (sekarang Jalan K.H. Ahmad Dahlan).

Delapan tahun kemudian, tepatnya pada tahun 1936 poliklinik PKO Muhammadiyah pindah lokasi lagi ke Jalan K.H. Ahmad Dahlan No. 20 Yogyakarta hingga saat ini. Dan pada tahun 1970-an status klinik dan

poliklinik berubah menjadi RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta hingga saat ini.

2. Gambaran Subyek Penelitian

Pada penelitian ini subyek yang diambil yaitu para konsumen yang pernah berobat di PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Kuesioner yang disebar peneliti sejumlah 150 eksemplar. Berikut ini adalah tabel yang menjelaskan tingkat pengembalian kuesioner.

Tabel 4.1
Tingkat Pengembalian Kuesioner

Jumlah kuesioner yang disebar	150
Jumlah kuesioner yang tidak lengkap pengisiannya	0
Jumlah kuesioner yang dapat diolah	150
Tingkat pengembalian kuesioner yang dapat digunakan	100%

Sumber: data primer diolah, 2012, lampiran 1

Dari Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari keseluruhan kuesioner yang disebar tersebut semuanya dapat diolah. Jadi jumlah kuesioner yang dapat diolah selanjutnya sebanyak 150 kuesioner atau sebesar 100%.

3. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran responden, apakah dengan karakteristik responden yang berbeda-beda beranggapan sama ataukah tidak. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai karakteristik responden tersebut, antara lain jenis kelamin, tingkat

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 150 responden diperoleh data tentang jenis kelamin responden penelitian. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat di lihat pada Tabel 4.2

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden	Jumlah Responden	
	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	88	58,7%
Perempuan	62	41,3%
Jumlah	150	100%

Sumber: data primer diolah, 2012, lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui dari 150 responden, yang berjenis kelamin laki-laki 88 orang (58,7%), sedangkan perempuan 62 orang (41,3%).

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada 150 responden diperoleh data karakteristik responden berdasarkan status. Karakteristik responden berdasarkan jumlah usia disajikan dalam Tabel 4.3

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	
	Frekuensi	Persentase
17-25 tahun	50	33,3%
26-34 tahun	41	27,3%
35-43 tahun	33	22%
> 43 tahun	26	17,3%
Jumlah	150	100%

Sumber: data primer diolah, 2012, lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berusia 17-25 tahun yaitu sejumlah 50 orang (33,3%) sedangkan paling sedikit responden berusia > 43 tahun yaitu sejumlah 26 orang (17,3%).

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada 150 responden diperoleh data karakteristik responden berdasarkan usia. Karakteristik responden berdasarkan jumlah pekerjaan disajikan dalam Tabel 4.4

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	
	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	48	32%
TNI/Polri	9	6%
PNS	26	17,3%
Pegawai swasta	22	14,7%
Wiraswasta	26	17,3%
Lain-lain	19	12,7%
Jumlah	150	100%

Sumber: data primer diolah, 2012, lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah bekerja sebagai PNS dan Wiraswasta yaitu sejumlah 26 orang (17,3%) sedangkan paling sedikit responden bekerja sebagai TNI/Polri yaitu sejumlah 9 orang (6%).

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada 150 responden diperoleh data karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir. Karakteristik responden berdasarkan usia disajikan dalam Tabel 4.5

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	
	Frekuensi	Persentase
SLTP	23	15,3%
SLTA	57	38%
D3	10	6,7%
S1	50	33,3%
S2	10	6,7%
Jumlah	150	100%

Sumber: data primer diolah, 2012, lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir sebagai SLTA yaitu sejumlah 57 orang (38%) sedangkan paling sedikit responden berdasarkan pendidikan terakhir sebagai D3 dan S2 yaitu sejumlah 10 orang (6,7%).

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Rata-Rata Per Bulan

Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada 150 responden diperoleh data karakteristik responden berdasarkan penghasilan rata-rata per bulan. Karakteristik responden berdasarkan penghasilan rata-rata per bulan disajikan dalam Tabel 4.6

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan
Penghasilan Rata-Rata/Bulan

Penghasilan Rata-Rata/Bulan	Jumlah Responden	
	Frekuensi	Persentase
< 1.000.000	48	32%
1.000.000 s/d 2.000.000	60	40%
> 2.000.000	42	28%
Jumlah	150	100%

Sumber: data primer diolah, 2012, lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah berdasar penghasilan rata-rata/bulan 1.000.000 s/d 2.000.000 yaitu sejumlah 60 orang (40%) sedangkan paling sedikit responden berdasar penghasilan rata-rata/bulan dengan nilai > 2.000.000 yaitu sejumlah 42 orang (28%).

B. Uji Kualitas Instrumen Penelitian

Metode Pengujian instrumen dimaksudkan untuk menguji validitas dan reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diketahui sejauh mana kuesioner dapat menjadi alat pengukur yang valid dan reliabel dalam mengukur suatu yang ada.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kemampuan suatu instrumen dalam mengukur suatu konstruk tentang apa yang seharusnya diukur (Sekaran, 2006). Pengujian validitas ini didasarkan pada data hasil penelitian yang sesungguhnya. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid yaitu instrumen tersebut dapat diukur.

diukur. Pada uji validitas peneliti menggunakan *Product Moment Pearson Correlation* dengan taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Pengujian validitas dengan data 150 responden menggunakan alat bantu program *SPSS for windows 16*.

a. Hasil Pengujian Variabel Citra

Tabel 4.7
Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra

Hasil Variabel	No	P value	Keterangan
Citra Pengguna	1	0.000	Valid
	2	0.000	Valid
	3	0.000	Valid
	4	0.000	Valid
Citra Fasilitas	5	0.000	Valid
	6	0.000	Valid
	7	0.000	Valid
	8	0.000	Valid
	9	0.000	Valid
	10	0.000	Valid
Citra Harga	11	0.000	Valid
	12	0.000	Valid
	13	0.000	Valid
Citra Kualitas	14	0.000	Valid
	15	0.000	Valid
	16	0.000	Valid
	17	0.000	Valid
	18	0.000	Valid
Citra Lokasi	19	0.000	Valid
	20	0.000	Valid
	21	0.000	Valid

Berdasarkan hasil analisis pada uji validitas tampak seperti pada Tabel 4.7 bahwa semua butir pertanyaan pada seluruh variabel Citra memiliki $p \text{ value} < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan valid sehingga dapat dilanjutkan analisis berikutnya.

b. Hasil Pengujian Validitas Perilaku Konsumen

Tabel 4.8
Hasil Pengujian Validitas Variabel Perilaku Konsumen

Hasil Variabel	No	P value	Keterangan
Perilaku Konsumen	1	0.000	Valid
	2	0.000	Valid
	3	0.000	Valid
	4	0.000	Valid

Sumber: data primer diolah, 2012, lampiran 3

Berdasarkan hasil analisis pada uji validitas seperti pada Tabel 4.8 bahwa semua butir pertanyaan pada setiap variabel perilaku konsumen memiliki $p \text{ value} < 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa semua butir pertanyaan valid sehingga dapat dilanjutkan analisis berikutnya.

2. Uji Reliabilitas

Tahap pengujian berikutnya adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas adalah uji yang dipakai untuk menunjukkan keterhandalan atau tidaknya suatu kuesioner. Tingkat kehandalan dan kemampuan suatu kuesioner dalam mengambil data dapat ditunjukkan oleh nilai *Cronbach Alpha* yang dimiliki. Semakin tinggi nilai *Cronbach Alpha* yang dimiliki maka semakin dapat dipercaya suatu kuesioner dalam memperoleh data

Pengujian ini didasarkan pada data hasil penelitian yang sesungguhnya. Pengukuran reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Pengujian reliabilitas ini menggunakan alat bantu program SPSS 16 *for windows*. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$ (Sekaran, 2006).

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Citra Pengguna	0,690	Reliabel
Citra Fasilitas	0,748	Reliabel
Citra Harga	0,686	Reliabel
Citra Kualitas	0,772	Reliabel
Citra Lokasi	0,689	Reliabel
Perilaku konsumen	0,715	Reliabel

Sumber: data primer diolah, 2012, lampiran 3

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa seluruh konstruk atau variabel yaitu pengguna, fasilitas, harga, kualitas, lokasi, dan perilaku konsumen memiliki nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$, maka dapat dinyatakan semua konstruk reliabel.

C. Hasil penelitian (Uji Hipotesis)

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh citra pengguna, fasilitas, harga, kualitas dan lokasi terhadap perilaku konsumen. Analisis regresi linear berganda ini menggunakan program SPSS 16 *for windows*.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Pengumpulan data primer dilakukan dengan memberikan kuesioner yang disebar sebanyak 150 orang.

Tabel 4.10
Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.
	Beta		
Pengguna(X ₁)	0,283	3,346	0,001
Fasilitas(X ₂)	0,262	2,902	0,004
Harga(X ₃)	0,037	0,425	0,672
Kualitas(X ₄)	0,033	0,322	0,748
Lokasi(X ₅)	0,060	0,700	0,485
Adj R-sq	0,269		
F-stat	11,985		
Sig-F	0,000		

Sumber: data primer diolah, 2012, lampiran 4

Disimpulkan bahwa variabel citra mempengaruhi perilaku konsumen dengan persamaan matematis:

$$Y = 0,283X_1 + 0,262X_2 + 0,037X_3 + 0,033X_4 + 0,060X_5$$

- a. Koefisien variabel citra pengguna (X₁) bernilai positif yaitu 0,283.

Tanda positif berarti variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh searah dengan variabel tidak bebas, artinya jika citra pengguna rumah sakit semakin meningkat maka perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta juga

akan meningkat. Sebaliknya jika citra pengguna rumah sakit semakin menurun maka perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta juga akan menurun.

- b. Koefisien variabel citra fasilitas (X_2) bernilai positif yaitu 0,262. Tanda positif berarti variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh searah dengan variabel tidak bebas, artinya jika citra fasilitas rumah sakit semakin meningkat maka perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta juga akan meningkat. Sebaliknya jika citra fasilitas rumah sakit semakin menurun maka perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta juga akan menurun.
- c. Koefisien variabel citra harga (X_3) bernilai positif yaitu 0,037. Tanda positif berarti variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh searah dengan variabel tidak bebas, artinya jika citra harga rumah sakit semakin meningkat maka perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta juga akan meningkat. Sebaliknya jika citra harga rumah sakit semakin menurun maka perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta juga akan menurun.
- d. Koefisien variabel citra kualitas (X_4) bernilai positif yaitu 0,033. Tanda positif berarti variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh searah dengan variabel tidak bebas, artinya jika citra kualitas rumah sakit semakin meningkat maka perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta juga akan meningkat. Sebaliknya jika citra kualitas rumah sakit semakin menurun maka perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta juga akan menurun.

rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta juga akan meningkat. Sebaliknya jika citra kualitas rumah sakit semakin menurun maka perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta juga akan menurun.

- e. Koefisien variabel citra lokasi (X_5) bernilai positif yaitu 0,060. Tanda positif berarti variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh searah dengan variabel tidak bebas, artinya jika citra lokasi rumah sakit semakin meningkat maka perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta juga akan meningkat. Sebaliknya jika citra lokasi rumah sakit semakin menurun maka perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta juga akan menurun.

2. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel pengguna, citra fasilitas, citra harga, citra kualitas dan citra lokasi. Secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai signifikansi F sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ maka citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel citra secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta.

- 1) Pengujian pengaruh variabel citra pengguna terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel pengguna mempunyai nilai signifikansi sebesar $0.001 < \alpha (0,05)$, maka citra pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta.

- 2) Pengujian pengaruh variabel citra fasilitas terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel fasilitas mempunyai nilai signifikansi sebesar $0.004 < \alpha (0,05)$, maka citra fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta.

- 3) Pengujian pengaruh variabel citra harga terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai nilai signifikansi sebesar $0.672 > \alpha (0,05)$, maka citra harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta.

- 4) Pengujian pengaruh variabel citra kualitas terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel kualitas mempunyai nilai signifikansi sebesar $0.748 > \alpha (0,05)$, maka citra kualitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta.

- 5) Pengujian pengaruh variabel citra lokasi terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel lokasi mempunyai nilai signifikansi sebesar $0.485 > \alpha (0,05)$, maka citra lokasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Uji Koefisien Determinasi

Analisis ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variasi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi adjusted R^2 dalam penelitian ini sebesar 0,269, artinya 26,9 % variasi perilaku konsumen mampu dijelaskan oleh variasi variabel citra yang terdiri dari variabel citra pengguna, citra fasilitas, citra harga, citra kualitas dan citra lokasi.

4. Variabel Paling Dominan

Variabel paling dominan ditentukan dengan melihat variabel mana yang memiliki koefisien *standardized beta* paling besar (dengan mengabaikan tanda negatif) nilai t hitung paling besar (dengan mengabaikan tanda negatif) dan signifikansi paling kecil.

Pada penelitian ini yang menjadi variabel paling dominan adalah variabel citra pengguna karena memiliki nilai koefisien *standardized beta* paling besar yaitu 0,283, nilai t hitung yaitu 3,346 dan nilai signifikansi yaitu 0,001.

D. Pembahasan

Perusahaan saling mencari strategi yang tepat untuk memperebutkan konsumen, sehingga perusahaan selalu dihadapkan pada tekanan-tekanan yang ditimbulkan oleh perubahan yang semakin cepat di lingkungannya.

Perusahaan harus mampu menentukan strategi yang tepat untuk menghadapi perubahan yang semakin cepat di lingkungannya.

pentingnya citra perusahaan. Citra merupakan bagian penting dari strategi untuk mempengaruhi seorang konsumen menggunakan jasa dan memiliki nilai lebih dibandingkan dengan usaha lain yang sejenis sehingga dapat meningkatkan seorang konsumen menggunakan jasa tersebut.

Berdasarkan analisis regresi menunjukkan bahwa citra pengguna, citra fasilitas, citra harga, citra kualitas dan citra lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Hal ini dapat dijelaskan bahwa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta memiliki reputasi yang baik, rumah sakit ini telah dikenal oleh masyarakat luas, pasien-pasien yang datang ke rumah sakit ini ditangani dengan cepat, pasien-pasien yang dirawat di rumah sakit ini kondisinya membaik atau sembuh, rumah sakit ini memiliki fasilitas gedung atau bangunan yang memadai, rumah sakit ini memiliki fasilitas rawat inap yang memadai, rumah sakit ini memiliki fasilitas parkir yang memadai, rumah sakit ini memiliki fasilitas kantin yang nyaman dan memadai, rumah sakit ini memiliki fasilitas ruang tunggu yang nyaman dan memadai, rumah sakit ini memiliki peralatan yang lengkap dan canggih, jasa medis di rumah sakit ini terjangkau, tarif kamar di rumah sakit ini terjangkau, harga obat rumah sakit ini murah, dokter dan perawat di rumah sakit ini memiliki kompetensi yang tinggi, rumah sakit ini memberikan pelayanan sesuai dengan harga yang saya bayarkan, kualitas sarana dan prasarana rumah sakit yang baik, rumah sakit ini memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan yang diinginkan, rumah sakit ini memberikan pelayanan sesuai dengan harapan

saya, rumah sakit ini lokasinya strategis, rumah sakit ini lokasinya mudah dijangkau dan rumah sakit ini lokasinya nyaman sehingga para konsumen terdorong untuk menggunakan jasa di rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta.

Berdasarkan analisis regresi menunjukkan bahwa variabel citra pengguna secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Hal ini dapat dijelaskan bahwa konsumen memilih menggunakan jasa di rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta karena memiliki reputasi yang baik, dikenal masyarakat luas, pasien-pasien ditangani dengan cepat, pasien yang ditangani kondisinya membaik atau sembuh sehingga para konsumen terdorong untuk menggunakan jasa di rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta.

Variabel citra fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Hal ini berarti konsumen memilih menggunakan jasa di rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta karena memiliki fasilitas gedung atau bangunan memadai, memiliki fasilitas parkir memadai, memiliki fasilitas kantin yang nyaman, memiliki fasilitas ruang tunggu yang nyaman, memiliki peralatan yang lengkap dan canggih sehingga para konsumen terdorong untuk menggunakan jasa di rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta.

Variabel citra harga secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumen. Hal ini berarti konsumen memilih menggunakan jasa di rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta bukan

karena jasa medis yang terjangkau, bukan karena tarif kamar yang terjangkau, bukan karena harga obat murah tetapi disebabkan oleh hal lain seperti misalnya konsumen sudah mengetahui reputasi rumah sakit, rumah sakit ini sudah dikenal, cepatnya para pasien sembuh ketika berobat, memiliki fasilitas gedung atau bangunan memadai, memiliki fasilitas parkir memadai, memiliki fasilitas kantin yang nyaman, dan memiliki fasilitas ruang tunggu yang nyaman.

Variabel citra kualitas secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memilih menggunakan jasa di rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta bukan karena dokter dan perawat memiliki kompetensi tinggi, bukan karena rumah sakit memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan harga yang dibayarkan, bukan karena kualitas sarana prasarana baik, bukan karena dengan rumah sakit memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan harapan tetapi disebabkan oleh hal lain seperti misalnya konsumen sudah mengetahui reputasi rumah sakit, rumah sakit ini sudah dikenal, cepatnya para pasien sembuh ketika berobat, memiliki fasilitas gedung atau bangunan memadai, memiliki fasilitas parkir memadai, memiliki fasilitas kantin yang nyaman, dan memiliki fasilitas ruang tunggu yang nyaman.

Variabel citra lokasi secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memilih menggunakan jasa di rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta bukan karena lokasi yang strategis, bukan karena lokasi mudah

dijangkau dan bukan karena lokasinya nyaman tetapi disebabkan oleh hal lain seperti misalnya konsumen sudah mengetahui reputasi rumah sakit, rumah sakit ini sudah dikenal, cepatnya para pasien sembuh ketika berobat, memiliki fasilitas gedung atau bangunan memadai, memiliki fasilitas parkir memadai, memiliki fasilitas kantin yang nyaman, dan memiliki fasilitas ruang tunggu yang nyaman.

Pada hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gita Danupranata (2007). Penelitian dari Gita Danupranata menyimpulkan citra fasilitas, citra kualitas dan citra lokasi berpengaruh positif dan signifikan sedangkan citra pengguna dan citra harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa pendidikan di Yogyakarta. Penelitian ini menyimpulkan bahwa citra pengguna dan citra fasilitas berpengaruh positif dan signifikan sedangkan variabel harga, kualitas dan lokasi berpengaruh positif dan tidak signifikan.

Koefisien determinasi adjusted R^2 dalam penelitian ini sebesar 0,269, artinya 26,9% variasi perilaku konsumen mampu dijelaskan oleh variasi variabel citra yang terdiri dari variabel citra pengguna, citra fasilitas, citra harga, citra kualitas dan citra lokasi. Ini menyimpulkan bahwa citra pengguna, citra fasilitas, citra harga, citra kualitas dan citra lokasi mempengaruhi para konsumen untuk berobat ke rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta

Pada penelitian ini yang menjadi variabel paling dominan adalah variabel citra pengguna karena memiliki nilai koefisien *standardized beta* paling besar yaitu 0,283, nilai t hitung paling besar yaitu 3,346 dan nilai signifikansi paling kecil yaitu 0,001. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kebanyakan para konsumen yang berobat ke rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta karena sudah mengetahui reputasi rumah sakit, rumah sakit ini sudah dikenal tepatnya para pasien sembuh ketika berobat