

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

### **4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Rumah Sakit Khusus (RSK) Bedah Ropanasuri Padang merupakan salah satu fasilitas kesehatan yang berfokus pada layanan bedah. Terletak di Kota Padang, RSK Ropanasuri menyediakan berbagai layanan bedah mulai dari bedah umum, bedah ortopedi, hingga bedah spesialis. Fasilitas yang disediakan rumah sakit ini dirancang untuk memberikan kenyamanan bagi pasien, dengan ruang operasi yang dilengkapi peralatan modern serta tenaga medis yang profesional. Keunggulan lainnya adalah layanan bedah yang dilakukan secara cepat dan tepat guna memenuhi kebutuhan pasien dengan berbagai kondisi bedah.

Selain layanan medis, RSK Ropanasuri juga memiliki komitmen untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan mengikuti perkembangan tren medis dan teknologi kesehatan terbaru. Rumah sakit ini aktif memanfaatkan platform digital, termasuk media sosial, untuk berinteraksi dengan masyarakat, memberikan edukasi kesehatan, dan mempromosikan program-program layanan yang ada. Hal ini menjadikan RSK Ropanasuri sebagai pilihan yang tepat bagi masyarakat yang membutuhkan perawatan bedah dengan pendekatan modern dan profesional.

#### **4.1.1 Sejarah Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

Rumah Sakit Khusus Bedah (RSK) Ropanasuri merupakan, rumah sakit swasta di Kota Padang yang memberikan pelayanan khusus bedah. RSK Bedah Ropanasuri telah beroperasi kurang lebih 34 tahun sejak berdirinya tanggal 17

Oktober 1988 dengan Akta Notaris Nomor 13 Tahun 1988.

Ropanasuri berasal dari Bahasa Sansekerta yang terdiri dari 2 suku kata. ROPANA yang berarti penyembuh, KSURI yang berarti pisau tajam. ROPANASURI dapat diartikan penyembuh dengan pisau tajam/pisau bedah. Izin pemberian nama “ROPANASURI” diperoleh dari Prof. Chehab Rukny Hilmi tahun 80-1n dimana beliau adalah pengurus IKABI. Pada awalnya berdirinya RSK Ropanasuri diprakarsai oleh Prof.dr.Kamardi Tahlut,Sp.B.

Pada saat didirikannya Rumah Sakit ini tahun 1988, belum ada rumah sakit khusus bedah di wilayah Sumatera Di Indonesia saat itu hanya ada 4 rumah sakit khusus bedah yaitu di Jakarta 2 rumah sakit, Bandung 1 rumah sakit dan di Padang 1 rumah sakit (Ropanasuri). Dengan adanya RSK Bedah Ropanasuri pasien cepat mendapatkan pertolongan pada kasus bedah terutama yang memerlukan pertolongan segera.

Seiring dengan perkembangan zaman dari tahun ke tahun RSK Bedah Ropanasuri, semakin tumbuh dan berkembang dimana dahulunya hanya memiliki pelayanan Bedah Umum. Namun sekarang sudah memiliki Bedah Onkologi, Bedah Urologi, Bedah Orthopedi, Bedah Umum, Spesialis Penyakit Dalam, Spesialis THT-BKL, Spesialis jantung dan Pembuluh Darah serta pelayanan Bedah Minor dan Pelayanan Kemoterapi dan telah terakreditasi PARIPURNA oleh Komisi Akreditasi Rumah Sakit (KARS).

#### **4.1.2 Profil Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri**

##### **a. Visi**

Visi Rumah Sakit Islam Khusus Bedah Ropanasuri adalah “Menjadi RS Khusus yang dapat memberikan pelayanan bedah paripurna di Sumatera Barat dan wilayah sekitarnya

##### **b. Misi**

Adapun misi untuk mewujudkan visi tersebut yaitu:

1. Menyelenggarakan pelayanan bedah yang bermutu, professional dengan tujuan penyelamatan jiwa pasien, menghindari kecacatan dan memberikan kepuasan pasien.
  2. Menjadi Rumah Sakit terakreditasi paripurna
  3. Menjadi Rumah Sakit yang memberikan pelayanan unggul
- Orikologi

##### **c. Motto**

Motto Rumah Sakit untuk mengimplementasikan misi Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang adalah ““Profesional, Berintegritas, Responsif dan Fokus Pada Keselamatan Pasien”.”



Adapun hasil uji normalitas dapat terlihat pada tabel 4.1 sebagai berikut.

**Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas**

No	Variabel	Skewness	Standar Error	Hasil	Keterangan
1	<i>Purchase Intention</i>	-0,293	0,245	-1,19	Normal (Mean)
2	<i>Attention</i>	0,230	0,245	0,93	Normal (Mean)
3	<i>Interest</i>	0,204	0,245	0,83	Normal (Mean)
4	<i>Search</i>	0,194	0,245	0,79	Normal (Mean)
5	<i>Action</i>	0,049	0,245	0,20	Normal (Mean)
6	<i>Share</i>	-0,061	0,245	-0,24	Normal (Mean)

Sumber : Data Primer, 2024

### 4.3 Karakteristik Responden

#### 4.3.1 Umur

Distribusi frekuensi berdasarkan umur disajikan pada tabel 4.2 dibawah ini :

**Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Umur Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No.	Umur	f	%
1	Usia Muda* (18-34 tahun)	55	<b>56,7</b>
2	Usia Dewasa* (35-50 tahun)	37	38,1
3	Usia Lanjut* (51-65 tahun)	5	5,2
<b>Jumlah</b>		<b>97</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Data primer, 2024 dengan kategori umur dilihat dari Kemenkes RI (2009)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui ada 56,7% responden berusia muda dengan rentang usia 18 tahun sampai 34 tahun.

### 4.3.2 Jenis Kelamin

Distribusi frekuensi berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel 4.3 dibawah ini :

**Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No.	Jenis Kelamin	f	%
1	Laki-laki	36	37,1
2	Perempuan	61	<b>62,9</b>
<b>Jumlah</b>		<b>97</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data Primer, 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui 62,9% responden berjenis kelamin perempuan.

### 4.3.3 Pekerjaan

Distribusi frekuensi responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada tabel 4.4 dibawah ini :

**Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No.	Pekerjaan	f	%
<b>1</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>43</b>	<b>44,3</b>
2	Ibu Rumah Tangga	16	16,5
3	Karyawan Swasta	19	19,6
4	Guru	7	7,2
5	Wiraswasta	6	6,2
6	PNS	6	6,2
<b>Jumlah</b>		<b>97</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data Primer, 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 44,3% masih berstatus mahasiswa.

### 4.3.4 Jenis Pasien

Distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis pasien disajikan pada tabel 4.5 dibawah ini :

**Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Pasien Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No.	Jenis Pasien	f	%
1	Lama	48	49,5
2	Baru	49	<b>50,5</b>
<b>Jumlah</b>		<b>97</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data Primer, 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 50,5% responden merupakan pasien rawat jalan baru.

#### **4.3.5 Status Follow Instagram**

Distribusi frekuensi responden berdasarkan status *follow Instagram* disajikan pada tabel 4.6 dibawah ini :

**Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Status Follow Instagram Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No.	Status Follow Instagram	f	%
1	Sudah	97	<b>100,0</b>
<b>Jumlah</b>		<b>97</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data Primer, 2024*

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa semua responden sudah mengikuti (*following*) akun *instagram* Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang.

#### **4.3.6 Jenis Poli Tujuan**

Distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis poli tujuan disajikan pada tabel 4.7 dibawah ini :

**Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Status Jenis Poli Tujuan Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No.	Poli Tujuan	f	%
1	THT	24	<b>24,7</b>
2	Othopedi	24	24,7
3	Bedah Umum	20	20,6
4	Penyakit Dalam	9	9,3
5	Onkologi	8	8,2
6	Urologi	7	7,2

No.	Poli Tujuan	f	%
7	Jantung	5	5,2
	<b>Jumlah</b>	<b>97</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 24,7% responden memiliki tujuan ke Poli Orthopedi dan THT.

#### 4.4 Analisis Univariat

##### 4.4.1 Purchase Intention

Distribusi frekuensi berdasarkan *purchase intention* disajikan pada tabel

4.8 dibawah ini :

**Tabel 4.8 Kategori *Purchase Intention*  
Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No.	<i>Purchase intention</i>	f	%
1	Tidak Berminat	55	<b>56,7</b>
2	Berminat	42	43,3
	<b>Jumlah</b>	<b>97</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 56,7% responden menunjukkan tidak berminat dalam menggunakan layanan kesehatan di Rumah Sakit.

**Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jawaban *Purchase Intention*  
Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No	Pernyataan	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
		f	%	F	%	f	%	f	%	f	%
1	Saya memiliki keinginan untuk berobat karena dapat informasi secara <i>Online</i> .	13	13,4	16	16,5	15	15,5	18	18,6	35	36,1
2	Saya memiliki keinginan untuk berobat karena setelah melihat konten intagram.	9	9,3	9	9,3	14	14,4	18	18,6	<b>47</b>	<b>48,5</b>
3	Saya memutuskan untuk berobat karena melihat keunggulannya setelah melihat <i>Instagram</i> .	8	8,2	9	9,3	12	12,4	21	21,6	<b>47</b>	<b>48,5</b>

No	Pernyataan	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
		f	%	F	%	f	%	f	%	f	%
4	Saya menyukai produk yang ditawarkan RSK Ropanasuri melalui <i>Instagram</i> .	9	9,3	10	10,3	13	13,4	22	22,7	43	44,3
5	Saya tertarik untuk mengikuti perkembangan RSK Ropanasuri setelah melihat konten instagrmanya.	8	8,2	9	9,3	17	17,5	23	23,7	40	41,2
6	Saya memiliki keinginan untuk mencari informasi lebih lanjut terkait RSK Ropanasuri setelah melihat konten <i>Instagram</i> nya.	6	6,2	12	12,4	21	21,6	30	30,9	28	28,9
7	Saya memiliki keinginan yang besar untuk kembali menggunakan layanan rawat jalan di RSK Ropanasuri Padang dalam waktu dekat	10	10,3	18	18,6	22	22,7	23	23,7	24	24,7

*Sumber : Data Primer, 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 48,5% responden menyatakan sangat tidak setuju terhadap adanya keinginan untuk berobat karena setelah melihat konten intagram dan 48,5% responden juga sangat tidak setuju dengan adanya keinginan untuk berobat karena melihat keunggulannya setelah melihat *instagram*.

#### 4.4.2 Attention (Perhatian)

Distribusi frekuensi berdasarkan *attention* (perhatian) disajikan pada tabel

4.10 dibawah ini :

**Tabel 4.10 Kategori Dimensi Attention (Perhatian)  
Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No.	Attention (Perhatian)	f	%
1	Kurang baik	53	54,6
2	Baik	44	45,4
<b>Jumlah</b>		<b>97</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data Primer, 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 54,6% responden menunjukkan perhatian yang kurang baik terhadap konten *instagram* RSK Bedah Ropanasuri Padang.

**Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jawaban Dimensi *Attention* (Perhatian) Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No	Pernyataan	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
		f	%	F	%	f	%	f	%	f	%
1	Saya pernah melihat informasi tentang RSK Bedah Ropanasuri di platform <i>Instagram</i>	10	10,3	12	12,4	19	19,6	25	25,8	31	32,0
2	Saya mengetahui bahwa akun <i>Instagram</i> RSK Bedah Ropanasuri yang saya ikuti sedang memposting sesuatu	9	9,3	14	14,4	20	20,6	18	18,6	<b>36</b>	<b>37,1</b>
3	Saya merasa informasi yang diberikan akun <i>Instagram</i> RSK Bedah Ropanasuri merupakan informasi yang bermanfaat untuk saya	11	11,3	22	22,7	17	17,5	20	20,6	27	27,8
4	Postingan yang disampaikan pada <i>Instagram</i> RSK Bedah Ropanasuri membuat saya mengerti mengenai informasi tersebut	13	13,4	23	23,7	16	16,5	19	19,6	26	26,8
5	Konten informasi untuk iklan RSK Bedah Ropanasuri yang diberikan oleh <i>Instagram</i> jauh lebih menarik untuk disimak dibandingkan di social media lain	28	28,9	18	18,6	21	21,6	13	13,4	17	17,5

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 37,1% responden menyatakan sangat tidak setuju terhadap mengetahui aktivitas akun *Instagram* RSK Bedah Ropanasuri pada saat memposting sesuatu.

#### 4.4.3 *Interest* (Ketertarikan)

Distribusi frekuensi berdasarkan *interest* (ketertarikan) disajikan pada tabel 4.12 dibawah ini :

**Tabel 4.12 Kategori Dimensi *Interest* (Ketertarikan) Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No.	<i>Interest</i> (Ketertarikan)	f	%
1	Kurang baik	52	<b>53,6</b>
2	Baik	45	46,4
<b>Jumlah</b>		<b>97</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Data Primer, 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 53,6% responden menunjukkan ketertarikan yang kurang baik terhadap konten *instagram* RSK Bedah Ropanasuri Padang.

**Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jawaban *Interest* (Ketertarikan) Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No	Pernyataan	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1	Saya tertarik pada informasi yang diluncurkan oleh RSK Bedah Ropanasuri di akun <i>Instagramnya</i>	12	12,4	19	19,6	<b>27</b>	<b>27,8</b>	<b>27</b>	<b>27,8</b>	12	12,4
2	Saya tertarik pada informasi <i>Instagram</i> RSK Bedah Ropanasuri karena telah direkomendasikan oleh teman saya	12	12,4	14	14,4	25	25,8	23	23,7	23	23,7
3	Saya tertarik dengan informasi yang di posting RSK Bedah Ropanasuri karena saya menyukai postingannya mengikuti trend masa kini	14	14,4	24	24,7	18	18,6	19	19,6	22	22,7
4	Konten informasi yang diberikan akun <i>Instagram</i> RSK Bedah Ropanasuri membuat saya lebih tertarik untuk mengetahui lebih banyak tentang produk tersebut	14	14,4	25	25,8	18	18,6	22	22,7	18	18,6
5	Saya tertarik memilih RSK Bedah Ropanasuri setelah melihat iklan di <i>Intagramnya</i>	17	17,5	23	23,7	24	24,7	21	21,6	12	12,4

*Sumber : Data Primer, 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 27,8% responden menyatakan kurang setuju dan tidak setuju dengan ketertarikan informasi yang diluncurkan oleh RSK Bedah Ropanasuri di akun *instagramnya*.

#### 4.4.4 Search (Pencarian)

Distribusi frekuensi berdasarkan *search* (pencarian) disajikan pada tabel

4.14 dibawah ini :

**Tabel 4.14 Kategori Dimensi Search (Pencarian)  
Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No.	Search (Pencarian)	f	%
1	Kurang baik	52	<b>53,6</b>
2	Baik	45	46,4
<b>Jumlah</b>		<b>97</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 53,6% responden menunjukkan pencarian yang kurang baik terhadap konten *instagram* RSK Bedah Ropanasuri Padang.

**Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jawaban Dimensi Search  
(Pencarian) Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No	Pernyataan	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1	Saya memulai pencarian mengenai produk RSK Bedah Ropanasuri melalui <i>Search engine</i> dan media sosial lainnya setelah melihat postingan <i>Instagramnya</i> untuk mendapat informasi lebih lengkap	17	17,5	29	29,9	27	27,8	17	17,5	7	7,2
2	Saya mencari ulasan-ulasan seperti ulasan tentang keunggulan RSK Bedah Ropanasuri di internet setelah melihat postingan di <i>Instagramnya</i>	16	16,5	18	18,6	24	24,7	24	24,7	15	15,5

No	Pernyataan	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
3	Saya dapat mengetahui banyak informasi di internet saat mencari informasi lebih mengenai program-program yang ditawarkan di <i>Instagram</i> RSK Bedah Ropanasuri	17	17,5	24	24,7	19	19,6	22	22,7	15	15,5
4	Saya memutuskan untuk mengunjungi website resmi RSK Bedah Ropanasuri setelah melihat postingan di <i>Instagramnya</i>	21	21,6	29	29,9	22	22,7	19	19,6	6	6,2
5	Saya akan mencari informasi lebih lanjut mengenai RSK Ropanasuri setelah melihat postingan di <i>Instagramnya</i>	23	23,7	<b>35</b>	<b>36,1</b>	14	14,4	13	13,4	12	12,4

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 36,1% responden setuju dalam mencari informasi lebih lanjut tentang RSK Ropanasuri setelah melihat postingan di *instagram*.

#### 4.4.5 Action (Tindakan)

Distribusi frekuensi berdasarkan *action* (tindakan) disajikan pada tabel 4.16 dibawah ini :

**Tabel 4.16 Kategori Dimensi Action (Tindakan)  
Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No.	Action (Tindakan)	f	%
1	Kurang baik	50	<b>51,5</b>
2	Baik	47	48,5
<b>Jumlah</b>		<b>97</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 51,5% responden menunjukkan tindakan yang kurang baik terhadap konten *instagram* RSK Bedah Ropanasuri Padang.

**Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jawaban Dimensi *Action* (Tindakan) Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No	Pernyataan	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1	Saya memutuskan untuk mengunjungi kembali RSK Bedah Ropanasuri untuk mendapatkan informasi lebih setelah melihat postingan di <i>Instagramnya</i>	17	17,5	23	23,7	17	17,5	21	21,6	19	19,6
2	Saya tertarik untuk berobat Kembali setelah melihat postingan <i>Instagramnya</i>	12	12,4	17	17,5	21	21,6	21	21,6	<b>26</b>	<b>26,8</b>
3	Saya memperhatikan informasi RSK Bedah Ropanasuri yang telah diposting di <i>Instagram</i> tersebut dengan jelas	14	14,4	22	22,7	18	18,6	18	18,6	25	25,8
4	Postingan di <i>Instagram</i> RSK Bedah Ropanasuri mampu meyakinkan saya untuk kembali berobat disana	15	15,5	21	21,6	18	18,6	22	22,7	21	21,6
5	Postingan di <i>Instagram</i> RSK Bedah Ropanasuri membuat saya menjadi pasien yang loyal untuk berobat disana	20	20,6	26	26,8	16	16,5	18	18,6	17	17,5

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 26,8% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa ketertarikan untuk berobat kembali setelah melihat postingan *instagramnya*.

#### 4.4.6 *Share* (Berbagi)

Distribusi frekuensi berdasarkan *share* (berbagi) disajikan pada tabel 4.18 dibawah ini :

**Tabel 4.18 Kategori Dimensi *Share* (Berbagi) Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No.	<i>Share</i> (Berbagi)	f	%
1	Kurang baik	53	<b>54,6</b>
2	Baik	44	45,4
<b>Jumlah</b>		<b>97</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Data Primer

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 54,6% responden menunjukkan perilaku berbagi yang kurang baik terhadap konten *instagram* RSK Bedah Ropanasuri Padang.

**Tabel 4.19 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jawaban Dimensi *Share* (Berbagi) Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No	Pernyataan	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1	Saya membagikan pengalaman saya setelah mencoba keunggulan RSK Bedah Ropanasuri sesuai dengan apa yang saya rasakan di media sosial saya	12	12,4	21	21,6	18	18,6	21	21,6	25	25,8
2	Saya ingin membagikan postingan <i>Instagram</i> RSK Bedah Ropanasuri di akun media sosial saya	7	7,2	19	19,6	19	19,6	19	19,6	<b>33</b>	<b>34,0</b>
3	Saya ingin membagikan cerita pengalaman saya melalui percakapan langsung kepada orang lain	6	6,2	16	16,5	23	23,7	23	23,7	29	29,9
4	Saya akan mengajak orang lain untuk berobat di RSK Bedah Ropanasuri	14	14,4	18	18,6	19	19,6	16	16,5	30	30,9
5	Saya akan Kembali berobat di RSK Bedah Ropanasuri	15	15,5	23	23,7	19	19,6	19	19,6	21	21,6

*Sumber : Data Primer, 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 34,0% responden menyatakan sangat tidak setuju dengan membagikan postingan *Instagram* RSK Bedah Ropanasuri di akun media sosial.

#### **4.5 Analisis Bivariat**

##### **4.5.1 Hubungan *Attention* (Perhatian) dengan *Purchase Intention* Pasien Rawat Jalan**

Hasil analisis hubungan *attention* (perhatian) dengan *purchase intention* pasien rawat jalan disajikan pada tabel 4.20 sebagai berikut :

**Tabel 4.20 Hubungan *Attention* (Perhatian) Dengan *Purchase Intention* Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No.	<i>Attention</i> (Perhatian)	<i>Purchase Intention</i>				Total		P Value
		Tidak Berminat		Berminat				
		n	%	n	%	n	%	
1	Kurang baik	32	60,4	21	39,6	53	100	0,001
2	Baik	23	52,3	21	47,7	44	100	
<b>Total</b>		<b>55</b>	<b>56,7</b>	<b>42</b>	<b>43,3</b>	<b>97</b>	<b>100</b>	

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 53 responden yang menunjukkan perhatian kurang baik terhadap konten *instagram* RS, diantaranya terdapat 32 responden (60,4%) menunjukkan niat beli (*purchase intention*) yang tidak berminat. Sedangkan dari 44 responden yang menunjukkan perhatian baik terhadap konten *instagram* RS, diantaranya terdapat 21 responden (47,7%) menunjukkan niat beli (*purchase intention*) yang berminat.

Hasil uji statistik menunjukkan nilai  $p=0,001$  maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara *attention* (perhatian) dengan *purchase intention* pasien rawat jalan di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri.

#### **4.5.2 Hubungan *Interest* (Ketertarikan) dengan *Purchase Intention* Pasien Rawat Jalan**

Hasil analisis hubungan *interest* (ketertarikan) dengan *purchase intention* pasien rawat jalan disajikan pada tabel 4.21 sebagai berikut :

**Tabel 4.21 Hubungan *Interest* (Ketertarikan) Dengan *Purchase Intention* Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No.	<i>Interest</i> (Ketertarikan)	<i>Purchase Intention</i>				Total	P Value	
		Tidak Berminat		Berminat				
		n	%	n	%			n
1	Kurang baik	31	59,6	21	40,4	52	100	0,024
2	Baik	24	53,3	21	46,7	45	100	
<b>Total</b>		<b>55</b>	<b>56,7</b>	<b>42</b>	<b>43,3</b>	<b>97</b>	<b>100</b>	

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 52 responden yang menunjukkan ketertarikan kurang baik terhadap konten *instagram* RS, diantaranya terdapat 31 responden (59,6%) menunjukkan niat beli (*purchase intention*) yang tidak berminat. Sedangkan dari 45 responden yang menunjukkan ketertarikan baik terhadap konten *Instagram* RS, diantaranya terdapat 21 responden (46,7%) menunjukkan niat beli (*purchase intention*) yang berminat.

Hasil uji statistik menunjukkan nilai  $p=0,024$  maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara *interest* (ketertarikan) dengan *purchase intention* pasien rawat jalan di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri.

#### **4.5.3 Hubungan *Search* (Pencarian) dengan *Purchase Intention* Pasien Rawat Jalan**

Hasil analisis hubungan *search* (pencarian) dengan *purchase intention* pasien rawat jalan disajikan pada tabel 4.22 sebagai berikut :

**Tabel 4.22 Hubungan *Search* (Pencarian) Dengan *Purchase Intention* Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No.	<i>Search</i> (Pencarian)	<i>Purchase Intention</i>				Total		P Value
		Tidak Berminat		Berminat		n	%	
		n	%	n	%	n	%	
1	Kurang baik	32	61,5	20	38,5	52	100	0,001
2	Baik	23	51,1	22	48,9	45	100	
<b>Total</b>		<b>55</b>	<b>56,7</b>	<b>42</b>	<b>43,3</b>	<b>97</b>	<b>100</b>	

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 52 responden yang menunjukkan pencarian kurang baik terhadap konten *instagram* RS, diantaranya terdapat 32 responden (61,5%) menunjukkan niat beli (*purchase intention*) yang tidak berminat. Sedangkan dari 45 responden yang menunjukkan pencarian baik terhadap konten *instagram* RS, diantaranya terdapat 22 responden (48,9%) menunjukkan niat beli (*purchase intention*) yang berminat.

Hasil uji statistik menunjukkan nilai  $p=0,001$  maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara *search* (pencarian) dengan *purchase intention* pasien rawat jalan di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri.

#### **4.5.4 Hubungan *Action* (Tindakan) dengan *Purchase Intention* Pasien Rawat Jalan**

Hasil analisis hubungan *action* (tindakan) dengan *purchase intention* pasien rawat jalan disajikan pada tabel 4.23 sebagai berikut :

**Tabel 4.23 Hubungan *Action* (Tindakan) Dengan *Purchase Intention* Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No.	<i>Action</i> (Tindakan)	<i>Purchase Intention</i>				Total		P Value
		Tidak Berminat		Berminat				
		n	%	n	%	n	%	
1	Kurang baik	35	70,0	15	30,0	50	100	0,000
2	Baik	20	42,6	27	57,4	47	100	
<b>Total</b>		<b>55</b>	<b>56,7</b>	<b>42</b>	<b>43,3</b>	<b>97</b>	<b>100</b>	

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 50 responden yang menunjukkan tindakan kurang baik terhadap konten *instagram* RS, diantaranya terdapat 35 responden (70,0%) menunjukkan niat beli (*purchase intention*) yang tidak berminat. Sedangkan dari 47 responden yang menunjukkan tindakan baik terhadap konten *instagram* RS, diantaranya terdapat 27 responden (57,4%) menunjukkan niat beli (*purchase intention*) yang berminat.

Hasil uji statistik menunjukkan nilai  $p=0,000$  maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara *action* (tindakan) dengan *purchase intention* pasien rawat jalan di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri.

#### **4.5.5 Hubungan *Share* (Berbagi) dengan *Purchase Intention* Pasien Rawat Jalan**

Hasil analisis hubungan *share* (berbagi) dengan *purchase intention* pasien rawat jalan disajikan pada tabel 4.24 sebagai berikut :

**Tabel 4.24 Hubungan *Share* (Berbagi) Dengan *Purchase Intention* Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri Padang**

No.	<i>Share</i> (Berbagi)	<i>Purchase Intention</i>				Total		P Value
		Tidak Berminat		Berminat				
		n	%	n	%	n	%	
1	Kurang baik	34	64,2	19	35,8	53	100	0,016
2	Baik	21	47,7	23	52,3	44	100	
<b>Total</b>		<b>55</b>	<b>56,7</b>	<b>42</b>	<b>43,3</b>	<b>97</b>	<b>100</b>	

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 53 responden yang menunjukkan perilaku berbagi kurang baik terhadap konten *instagram* RS, diantaranya terdapat 34 responden (64,2%) menunjukkan niat beli (*purchase intention*) yang tidak berminat. Sedangkan dari 44 responden yang menunjukkan perilaku berbagi baik terhadap konten *instagram* RS, diantaranya terdapat 23 responden (52,3%) menunjukkan niat beli (*purchase intention*) yang berminat.

Hasil uji statistik menunjukkan nilai  $p=0,016$  maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara *Share* (berbagi) dengan *purchase intention* pasien rawat jalan di Rumah Sakit Khusus Bedah Ropanasuri.