

**PENGARUH PROMOSI INSTAGRAM DAN KONSULTASI
ONLINE WHATSAPP TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN LAYANAN RAWAT JALAN DI KLINIK
UTAMA RAWAT INAP DR YATI ZARNUDJI**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA
MANAJEMEN**

Oleh :

SITI MARINI

NPM : S1-0217 049



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2021**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH PROMOSI INSTAGRAM DAN KONSULTASI
ONLINE WHATSAPP TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN
LAYANAN RAWAT JALAN DI KLINIK UTAMA RAWAT INAP
DR YATI ZARNUDJI
OLEH :SITI MARINI
NPM : S1-0217-049 / 19170055

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

(Drs. Priyo Wismantoro, M.M.)

(Indar Khaerunnisa,S.E.,M.Ak.)

PENGUJI I

PENGUJI II

(Wartoyo Hadi, S.E., M.M.)

(Yustiana Warhani,S.Hut, M.M.)

Bogor,

REKTOR

UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA

(Dr. Ismulyana Djan, S.E., M.M)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan petunjuk-Nya kepada penulis, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH PROMOSI INSTAGRAM DAN KONSULTASI *ONLINE* WHATSAPP TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN LAYANAN RAWAT JALAN DI KLINIK UTAMA RAWAT INAP DR YATI ZARNUDJI”**. Shalawat serta Salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah mengantarkan kita semua menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan ini. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat bagi peneliti dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Bina Niaga Indonesia.

Peneliti menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak dapat selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyusun skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan S.E. M.M selaku rektor Universitas Binaniaga Indonesia
2. Bapak Dr. Yuli Anwar S.E. M.Ak. selaku Wakil Rektor I, Bapak Dedy Mulyadi S.Si. M.Kom selaku Wakil Rektor II, dan Ibu Yustiana Wardhani S.Hut, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.

3. Bapak Drs. Priyo Wismantoro, M.M. selaku dosen wali akademik sekaligus dosen pembimbing satu peneliti yang selalu memberikan waktu, tenaga, ilmu, bimbingan, dan doa dalam proses pembuatan skripsi ini.
4. Ibu Indar Khaerunnisa, S.E. M. Ak selaku dosen pembimbing dua peneliti yang juga memberikan waktu, tenaga, ilmu, bimbingan, dan doa kepada penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Universitas Binaniaga Indonesia yang telah berjasa memberikan ilmu yang sangat banyak selama peneliti menjalani masa perkuliahan.
6. Seluruh civitas Universitas Binaniaga Indonesia.
7. Manajemen Klinik Utama Rawat Inap dr. Yati Zarnudji yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Rekan-rekan medis dan non medis yang turut membantu penulis selama proses penyusunan skripsi ini
9. Kedua orang tua yang senantiasa mencurahkan kasih sayang, doa, dan dukungan baik moril maupun materiil kepada peneliti.
10. Segenap keluarga besar yang telah membantu dan mendoakan penulis untuk terus semangat dalam menyusun skripsi ini.
11. Seluruh mahasiswa dan mahasiswi angkatan tahun 2017 fakultas ekonomi dan bisnis khususnya kelas B1 manajemen yang telah memberikan dukungan dan doanya untuk peneliti.

12. Adikku tercinta, Mawar Eva de Jongh yang selalu memberikan dukungan dan doa yang luar biasa sehingga peneliti semakin semangat untuk menyusun skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya dan memberikan manfaat bagi semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Bogor, 01 April 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	14
C. Batasan Masalah.....	14
D. Rumusan Masalah	15
E. Tujuan Penelitian	15
F. Manfaat Penelitian	16
G. Sistematika Penulisan	16
BAB II.....	17
A. Pemasaran Jasa.....	17
B. Komunikasi Pemasaran.....	20
C. Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi	27
D. Konsultasi <i>Online</i> Bidang Kesehatan.....	38
1. <i>Telemedicine</i> dan Telekonsultasi	38
2. Komunikasi Efektif dalam Konsultasi <i>Online</i> Bidang Kesehatan	42
E. Keputusan Pembelian Konsumen	45
F. Hubungan Antar Variabel	55
G. Penelitian Terdahulu	58
H. Kerangka Pemikiran.....	63
I. Hipotesis Penelitian.....	64
BAB III	65
A. Jenis Penelitian.....	65
B. Lokasi Penelitian.....	65
C. Variabel Penelitian	65

D. Populasi dan Sampel	67
E. Jenis dan Sumber Data	68
F. Operasional Variabel.....	69
G. Instrumen Penelitian.....	71
H. Teknis Analisis Data	71
BAB IV	87
A. Sejarah dan Profil Klinik Utama Rawat Inap dr. Yati Zarnudji.....	87
B. Uji Validitas dan Reliabilitas	91
C. Profil Responden.....	97
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	103
E. Analisa Deskriptif	109
F. Hasil Uji Kolerasi.....	123
G. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	124
H. Hasil Uji Hipotesis	125
I. Hasil Uji Koefisien Determinansi (R^2)	128
J. Pembahasan.....	129
BAB V.....	135
A. Kesimpulan	135
B. Saran.....	136
DAFTAR PUSTAKA	139

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	58
Tabel 2 Definisi Operasional Variabel.....	69
Tabel 3 Skala Likert	71
Tabel 4 Interpretasi Skala <i>Alpha Cronbach</i>	74
Tabel 5 Interpretasi Koefisien Kolerasi Pearson.....	79
Tabel 6 Hasil Uji Validitas Promosi Instagram (X_1)	92
Tabel 7 Hasil Uji Validitas Konsultasi <i>Online Whatsapp</i> (X_2).....	93
Tabel 8 Hasil Uji Validitas Keputusan Menggunakan Layanan Rawat Jalan (Y)	94
Tabel 9 Hasil Uji Reliabilitas Promosi Instagram (X_1).....	95
Tabel 10 Hasil Uji Reliabilitas Konsultasi <i>Online Whatsapp</i> (X_2).....	96
Tabel 11 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Menggunakan Layanan Rawat Jalan (Y)	96
Tabel 12 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	105
Tabel 13 Hasil Uji Multikolinieritas	105
Tabel 14 Hasil Uji Linearitas Promosi Instagram (X_1) Terhadap Keputusan Rawat Jalan (Y).....	107
Tabel 15 Hasil Uji Linearitas Konsultasi <i>Online Whatsapp</i> (X_2) Terhadap Keputusan Rawat Jalan (Y).....	108
Tabel 16 Kriteria Rata-Rata Jawaban Responden.....	109
Tabel 17 Distribusi Frekuensi Promosi Instagram (X_1).....	110
Tabel 18 Distribusi Frekuensi Konsultasi <i>Online Whatsapp</i> (X_2)	114
Tabel 19 Distribusi Frekuensi Keputusan Menggunakan Layanan Rawat Jalan (Y)	119
Tabel 20 Hasil Uji Korelasi Berganda	123
Tabel 21 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	124
Tabel 22 Hasil Uji T Promosi Instagram (X_1)	126
Tabel 23 Hasil Uji T Konsultasi <i>Online Whatsapp</i> (X_2).....	127
Tabel 24 Hasil Uji F	128

Tabel 25 Hasil Uji Koefisien Determinansi (R^2)	129
---	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Persentase Pengguna Media Sosial di Indonesia Bulan Januari 2021 ...	7
Gambar 2 Jumlah pengguna instagram di Indonesia Bulan Januari 2021	8
Gambar 3 Jenis Aktivitas dan Waktu yang digunakan Pengguna Media Sosial di Indonesia bulan Januari 2021	9
Gambar 4 Pengguna Instagram di Indonesia Berdasarkan Jenis Kelamin.....	10
Gambar 5 Pengguna Instagram di Indonesia tahun 2020 Berdasarkan Usia	11
Gambar 6 Proses Komunikasi Pemasaran.....	23
Gambar 7 Kerangka Pemikiran.....	63
Gambar 8 Logo Klinik Utama Rawat Inap dr.Yati Zarnudji	87
Gambar 9 Struktur Organisasi Klinik Utama Rawat Inap dr.Yati Zarnudji	90
Gambar 10 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	98
Gambar 11 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	99
Gambar 12 Profil Responden Berdasarkan Domisili	99
Gambar 13 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	100
Gambar 14 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	101
Gambar 15 Frekuensi Kunjungan Responden	102
Gambar 16 Histogram	103
Gambar 17 <i>Probability Plot</i>	104
Gambar 18 <i>Scatter Plot</i>	106

