

ABSTRACT

Delivery is the process of cervical dilatation and effacement of an infant through the birth canal. Siti Khadijah Hospital in Sepanjang is one of the hospitals that provide maternity services. However, between 2003 and 2009, the number of visitors who use the service in Siti Khadijah Hospital-Sepanjang has frequently decreased and the average percentage of the decrease is 11, 81%. The objective of this research is to give recommendation in improving the number of visitors who would like to use the maternity service in Siti Khadijah Hospital-Sepanjang based on mothers' expectation and buyer responses.

The research is categorized as analytical, observational research. The infinite population consists of delivering mothers who give birth from January until April and reside in a three-kilometer radius from Siti Khadijah Hospital-Sepanjang. Meanwhile, the samples consist of 96 respondents taken by using multistage random sampling. The analysis is descriptively conducted and classified as statistical analysis. The statistical analysis used is logistic regression test with $\alpha=0,05$.

The result of this research shows the characteristic of respondents, as well as expectation and purchase decision, toward maternity services. Most respondents choose such maternity services as delivery cost, the condition of delivery room, location, distance, access, system and the payment procedure of maternity services. Moreover, from the result of statistical test using logistic regression, there is no influence between the characteristics of respondents and the chosen place of delivery.

Therefore, it can be concluded that there is no influence between the characteristics of respondents and the chosen place of delivery. Based on the aforementioned result, the researcher suggests that medical staffs improve the quality of maternity services. In addition, the cooperation with other delivery places, especially private midwives as a recommendation, should be increased and there should be an alternative for customers to pay the services.

Keywords: Expectation, Buyer responses, Delivery, The increase of visit.

ABSTRAK

Persalinan adalah proses membuka dan menipisnya serviks, dari janin turun ke dalam jalan lahir. Rumah Sakit Siti Khodijah Sepanjang merupakan salah satu rumah sakit yang menyelenggarakan pelayanan persalinan. Namun jumlah kunjungan persalinan di kamar bersalin Rumah Sakit Siti Khodijah Sepanjang terus mengalami penurunan tiap tahunnya antara tahun 2003-2008 dengan rata-rata penurunannya sebesar 11,81%. Tujuan penelitian ini adalah memberikan rekomendasi dalam upaya peningkatan kunjungan persalinan di Rumah Sakit Siti Khodijah Sepanjang berdasarkan harapan dan tanggapan pembelian oleh ibu bersalin.

Penelitian ini merupakan penelitian observasional analitik. Populasi adalah populasi *infinite*, merupakan ibu bersalin yang bersalin pada bulan Januari sampai April dan bertempat tinggal di dalam radius 3 km dari RSSKS dengan besar sampel adalah 96 responden yang diambil secara *multistage random sampling*. Analisis yang dilakukan secara deskriptif dan analisis statistik. Analisis statistik yang digunakan adalah uji regresi logistik dengan $\alpha=0,05$.

Hasil penelitian ini menunjukkan karakteristik responden serta harapan dan keputusan pembelian terhadap pelayanan persalinan yang mayoritas dipilih oleh responden seperti tarif persalinan, kondisi ruang bersalin, tempat, jarak, akses, sistem dan cara pembayaran pelayanan persalinan. Selain itu dari hasil uji statistik dengan menggunakan regresi logistik menunjukkan tidak ada pengaruh antara karakteristik responden dengan pilihan tempat persalinan yang digunakan.

Dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara karakteristik responden dengan tempat persalinan yang digunakan. Berdasarkan hasil tersebut saran yang dapat diberikan oleh peneliti yang utama adalah perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan khususnya dari petugas medis dan peningkatan kerjasama dengan tempat bersalin lain terutama praktek bidan swasta sebagai rujukan serta adanya alternatif cara pembayaran bagi konsumen.

Kata Kunci : Harapan, Tanggapan pembelian, Persalinan, Peningkatan kunjungan.