

PENGARUH PERUBAHAN STATUS RUMAH SAKIT TERHADAP *BRAND KNOWLEDGE* DAN *UTILITY*

(Studi di RSUD Padangan Bojonegoro)

ATHA FITRIAN

Prof. Dr. Stefanus Supriyanto, dr., M.S

KKC KK FKM 25/11 Fit p

ABSTRACT

The research on the hospital's status changing to the brand knowledge and utility conducted to determine the extent of public knowledge about the status changing from Primary Health Center (PHC) into a grade D hospital. Preliminary study stated BOR inpatient 24.02% with 36 beds has not reached standard of Health Department. It proved that hospital utilization especially inpatient did not optimal yet.

This research used cross sectional approach along with quantitative approach. The samples in this research were peoples who live within 3 km radius and sampling technique used cluster sampling based on the distance of residence.

The results showed that overall, the community aware (awareness) the existence of Padangan hospital with 55% recall of the brand and 37% top of mine. The Brand image, most of respondents said it was better than the current status as PHC. Brand awareness significantly influenced frequency of visits with $p = 0.002$ ($p < 0.05$) and $\beta = 2.545$, and brand image on drug benefits match variable also significantly influenced frequency of visits with $p = 0.02$ and $\beta = -2.447$.

The conclusion showed which affected the utility, especially frequency of visits in Padangan hospital after its status changing were brand awareness that has not reached the top of mine and brand image on drug benefits match variable which was inversely proportional to frequency of visits, while others had no effect. It was recommended to conduct campaign in various aspects and improved quality of services, especially related to drug benefit match.

Keywords: brand knowledge, utility, the hospital's status changing

ABSTRAK

Penelitian mengenai perubahan status rumah sakit terhadap *brand knowledge* dan *utility* dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan masyarakat tentang perubahan status yang dari puskesmas menjadi rumah sakit kelas D. Hasil studi pendahuluan menyatakan BOR rawat inap 24,02% dengan tempat tidur 36 TT belum mencapai standar dari Depkes, hal tersebut membuktikan bahwa pemanfaatan rumah sakit terutama rawat inap belum optimal. Penelitian ini menggunakan pendekatan *cross sectional* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal dalam radius 3 km dan cara pengambilan sampel dengan cluster berdasarkan jarak tempat tinggal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan masyarakat menyadari (*awareness*) keberadaan RSUD Padang dengan 55% *recall of brand* dan 37% *top of mine*. *Brand image* sebagian besar responden mengatakan lebih baik dari saat berstatus puskesmas. *Brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap frekuensi kunjungan dengan $p=0,002$ ($p<0,05$) dan $\beta=2,545$, dan *brand image* pada variabel manfaat kecocokan obat juga berpengaruh signifikan terhadap frekuensi kunjungan dengan $p=0,02$ dan $\beta=-2,447$.

Kesimpulan yang dapat diambil bahwa yang mempengaruhi *utility* terutama frekuensi kunjungan di RSUD Padang setelah perubahan status adalah *brand awareness* yang belum mencapai *top of mine* dan *brand image* dengan subvariabel manfaat kecocokan obat yang berbanding terbalik dengan frekuensi kunjungan, sedangkan subvariabel lain tidak berpengaruh. Disarankan untuk melakukan promosi dalam berbagai aspek dan meningkatkan mutu layanan khususnya terkait manfaat kecocokan obat.

Kata Kunci: *brand knowledge*, *utility*, perubahan status rumah sakit

