

TESIS

**PENGEMBANGAN PROMOSI SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN  
PEMANFAATAN RAWAT JALAN DI PUSKESMAS KABUPATEN  
SUMENEP BERDASARKAN ANALISIS PROMOSI DAN PROSES  
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Kasus Pengembangan Promosi di Puskesmas Wilayah Daratan  
Kabupaten Sumenep)**



KAC  
- KK  
TKA 7 '07  
Jam  
P

JAMALI

**PROGRAM MAGISTER  
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA**

2006

**PENGEMBANGAN PROMOSI SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN  
PEMANFAATAN RAWAT JALAN DI PUSKESMAS KABUPATEN  
SUMENEP BERDASARKAN ANALISIS PROMOSI DAN PROSES  
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Kasus Pengembangan Promosi di Puskesmas Wilayah Daratan  
Kabupaten Sumenep)**

**TESIS**

Untuk memperoleh gelar Magister  
Dalam Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan  
Minat Studi Manajemen Pemasaran dan Keuangan Pelayanan Kesehatan  
Pada Program Magister  
Fakultas Kesehatan Masyarakat  
Universitas Airlangga

Oleh :

JAMALI  
NIM. 090410804 L

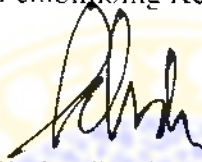
**PROGRAM MAGISTER  
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2006**

Lembar pengesahan

TESIS INI TELAH DISETUJUI  
TANGGAL .....

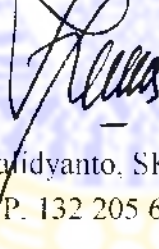
Oleh

Pembimbing Ketua



Widodo J. Pudjirahardjo, dr., MS., MPH., Dr.PH  
NIP. 130 610 101

Pembimbing



Djazuly Cha'idyanto, SKM., MARS  
NIP. 132 205 651

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Administrasi dan Kebijakan Kesehatan



Dr. Nyoman Anila Damayanti, drg., MS  
NIP. 131871470

Telah diuji pada  
Tanggal, 31 Agustus 2006  
**PANITIA PENGUJI TESIS**

Ketua : Dr. Nyoman Anita Damayanti, drg., MS  
Anggota : 1. Widodo, J. Pudjirahardjo., dr., MS., MPH., Dr.PH  
2. Dr. H. Rachmat Hargono, dr. MS., MPH  
3. Djazuly Chalidyanto, SKM., MARS  
4. Endang Murdiati, SKM., M Kes  
5. Ernawaty, drg., M.Kes



## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Pertama-tama saya panjatkan puji syukur kehadiran Allah S.W.T yang telah memberikan rahmat, taufik, hidayah, inayah dan karunia-Nya, sehingga tesis ini dapat terselesaikan. Tesis ini sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Pendidikan Pascasarjana Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan Universitas Airlangga.

Dengan segala kerendahan hati, perkenankan saya mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada dosen pembimbing utama dr. Widodo Jatim Pudjirahardjo, MS.,MPH., Dr.PH., dan dosen pembimbing Djazuly Chalidyanto, SKM., MARS yang dengan perhatian dan kesabaran telah memberikan dorongan, bimbingan, pengarahan, kritik dan saran, mulai dari persiapan proposal penelitian sampai dengan akhir penulisan tesis.

Dengan terselesainya tesis ini, perkenankan saya mengucapkan terima kasih pula kepada:

1. Rektor Universitas Airlangga yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menjadi mahasiswa Program Magister pada Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga.
2. Dekan Fakultas Kesehatan Masyarakat dan Direktur Program Pascasarjana Universitas Airlangga Surabaya.
3. Dr. Nyoman Anita Damayanti, drg., MS selaku ketua Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan, sebagai ketua minat Studi Program Pemasaran dan

- Keuangan Pelayanan Kesehatan dan sekaligus sebagai ketua tim penguji yang memfasilitasi tesis ini.
4. dr. Widodo J. Pudjirahardjo, MS., MPH., Dr.PH., Djazuli Chalidyanto, SKM., MARS., Endang Murdiyati, SKM., M.Kes., Dr. Rachmat Hargono, dr., MS., MPH., Ernawaty, drg., M.Kes. sebagai team penguji tesis yang memberikan masukan dan saran dalam penulisan tesis.
  5. Bupati Sumenep KH. Moh. Ramdhan Siraj, SE.,MM yang telah memberikan ijin untuk mengikuti pendidikan Program Pascasarjana Universitas Airlangga
  6. Seluruh staf pengajar dan pengelola Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan yang memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan, fasilitas serta menciptakan suasana belajar mengajar yang baik selama saya menempuh pendidikan.
  7. Kepala Dinas Kesehatan Kabupaten Sumenep dan seluruh staf yang telah memberikan bantuan hingga saya dapat melakukan penelitian dengan lancar.
  8. Kepala Puskesmas dan staf Puskesmas Saronggi, Moncek Tengah, Legung Timur dan Pasongsongan kabupaten Sumenep yang bersedia membantu penelitian.
  9. Seluruh rekan mahasiswa minat Manajemen Pemasaran dan Keuangan Pelayanan Kesehatan Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan yang saling membantu sehingga tercipta kejasama yang erat dan baik dalam mengikuti pendidikan di Unair Surabaya.
  10. Orang tua saya yang selalu memberikan arahan dan memohonkan doa untuk suksesnya pendidikan saya.

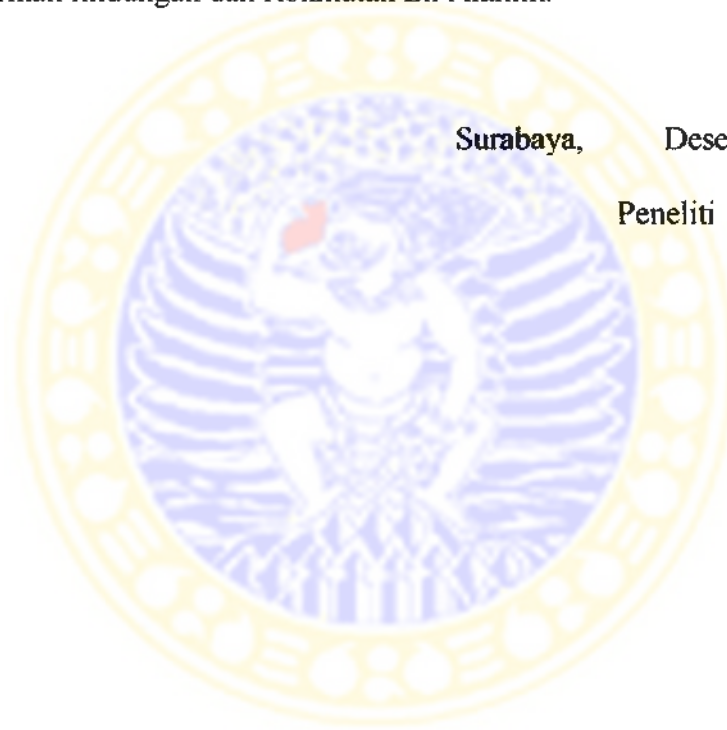
11. Istri saya tercinta yang telah memberikan dorongan dan semangat dalam menyelesaikan pendidikan dan tesis ini.

Akhirnya kepada semua pihak yang telah membantu, memberikan saran, perhatian, dorongan yang dengan tulus dan ikhlas selama mengikuti pendidikan, dan terlaksananya penulisan tesis saya sampaikan beribu-ribu terima kasih.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas atas segala amal saleh tersebut sehingga memberikan lindungan dan Rohmatan Lil Alamin.

Surabaya, Desember 2006

Peneliti



## RINGKASAN

Puskesmas merupakan unit pelaksana teknis Dinas Kesehatan kabupaten yang bertanggungjawab menyelenggarakan pembangunan kesehatan di suatu wilayah kerjanya. Puskesmas telah banyak melakukan kegiatan promosi untuk menarik masyarakat agar memanfaatkan Puskesmas. Akan tetapi promosi yang dilakukan kurang berhasil dengan baik. Hal ini dapat dilihat rendahnya pemanfaatan rawat jalan di Puskesmas kabupaten Sumenep rata-rata sebesar 34 orang per hari dari target 48 orang per hari tahun 2002-2004. Tujuan umum penelitian ini adalah mengembangkan promosi sebagai upaya pemanfaatan rawat jalan di Puskesmas wilayah daratan kabupaten Sumenep berdasarkan hasil analisis karakteristik konsumen, promosi dan proses keputusan pemanfaatan Puskesmas.

Penelitian ini merupakan penelitian *cross sectional*, dilakukan pada bulan April-Juli 2006. Pengambilan data dengan menggunakan kuesioner yang ditanyakan kepada 200 responden dengan studi kasus di 4 wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep yakni Puskesmas Saronggi, Moncek Tengah, Legung Timur dan Pasongsongan. Masing-masing Puskesmas sebanyak 50 responden dengan rincian 25 responden pengguna Puskesmas dan 25 responden non pengguna Puskesmas.

Merancang strategi pengembangan promosi adalah strategi Puskesmas dalam menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih saluran komunikasi, membuat keputusan bauran promosi (menentukan alat komunikasi), mengelola dan mengkoordinasikan proses komunikasi, sehingga terwujud peningkatan pemanfaatan rawat jalan di Puskesmas wilayah daratan kabupaten Sumenep.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat yang menggunakan Puskesmas mempunyai ciri-ciri: 100 % cenderung memanfaatkan rawat jalan Puskesmas, motivasi terhadap Puskesmas 82,2 % cenderung baik, pengetahuan tentang Puskesmas 33,3 % cenderung baik dan sikap terhadap Puskesmas 65 % cenderung mendukung. Apabila sakit type mereka dalam memproses keputusan pemanfaatan meliputi: menilai suatu alternatif, memutuskan pemanfaatan dan berperilaku paska pemanfaatan, akan tetapi tidak mengenal suatu kebutuhan dan pencarian informasi. Adapun masyarakat yang tidak menggunakan Puskesmas mempunyai ciri-ciri: kebiasaan berobat di atas 85 % cenderung ke alternatif dan rumah sakit, motivasinya terhadap Puskesmas 87,1 % cenderung jelek, pengetahuan tentang Puskesmas 88,6 % cenderung tidak mengetahui dan sikapnya terhadap Puskesmas 100 % cenderung tidak mendukung. Apabila sakit type mereka dalam memroses keputusan pemanfaatan mempunyai ciri-ciri: tidak mengenal kebutuhan, tidak mencari informasi, tidak menilai alternatif, tidak memutuskan pemanfaatan dan tidak berperilaku paska pemanfaatan.

Karakteristik masyarakat yang menggunakan Puskesmas di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep dapat disimpulkan adalah masyarakat yang pengetahuan dan persepsinya memang sudah baik, namun type proses keputusan pemanfaatan bersifat pasif, terutama pasif dalam pengenalan kebutuhan dan pencarian informasi. Mereka menilai iklan, promosi pemanfaatan Puskesmas, *public relation* dan *personal selling* sebageaian kecil baik, sehingga dapat ditentukan tujuan



promosi melalui *informing* dengan maksud mempengaruhi kesadaran atau pikiran konsumen terutama keberadaan produk-produk baru yang inovatif dan *riminding* dengan maksud mendorong pengguna Puskesmas agar memanfaatkan Puskesmas secara berulang-ulang.

Sedangkan bukan pengguna Puskesmas sebagian besar berobat ke alternatif dan rumah sakit, motivasinya jelek, pengetahuan tentang Puskesmas kurang, sikapnya tidak mendukung, type proses keputusan pembelian pasif terutama pengenalan kebutuhan dan pencarian informasi. Mereka menilai iklan, promosi pemanfaatan Puskesmas, *public relation* dan *personal selling* tidak baik di Puskesmas, sehingga dapat ditentukan tujuan promosi yaitu *informing*, dengan maksud mempengaruhi kesadaran atau pikiran non pengguna Puskesmas akan keberadaan produk rawat jalan, dan *persuading* dengan maksud mengubah sikap dan minat konsumen agar memanfaatkan rawat jalan di Puskesmas apabila mereka sakit.

Agar pengembangan promosi dapat terselenggara dengan baik perlu adanya dukungan dari kelompok manajemen serta koordinasi dan komunikasi secara terintegrasi dengan semua pihak yang terkait.



## SUMMARY

### **The Promotion Development as an Effort to Increase the Utilization of the Outpatient Clinic at Public Health Centers in Sumenep Regency Based on the Promotion Analysis and the Purchasing Decision Process (A Promotion Development Case Study at the Mainland Public Health Centers in Sumenep Regency)**

A Public Health Center (PHC) is a technical implementer unit of the Health Regency Office responsible for the health development in its working area- The PHC has already done promotion activities in order to attract the community to utilize the PHC. However, these promotions have not been successful. This is shown by the lowness of the outpatient clinic utilization at Public Health Center in Sumenep Regency, averagely as many as 34 patients per day out of the targeted 60 patients per day during 2002-2004. The general objective of this study is to develop the promotion as an effort to utilize the outpatient clinic at the mainland PHC -in Sumenep Regency based on the result of the consumer characteristic analysis, the promotion and the PHC utilization decision process.

This is a cross-sectional study conducted during April-July 2006. The data was taken by asking questionnaires to 200 respondents with a case study at 4 working areas at the mainland PHC in Sumenep Regency, i.e. Saronggi PHC, Moncek Tengah PHC, Legung Timur PHC, and Pasongsongan PHC. There were 50 respondents at each of the PHC of whom 25 respondents were the PHC users and 25 were not PHC users.

Setting a promotion development strategy is the PHC strategy in determining the communication purpose, formulating the message, choosing the communication path, making decision of the promotion mixture (determining the means of communication), managing and coordinating the communication process, so that the Sumenep Regency mainland PHC outpatient utilization increases.

The result of this study reveals that the community who were PHC users had the characteristics as follows: 100% tend to utilize the PHC outpatient, 82.2% tend to have good motivation towards the PHC, 33.3% tend to have good knowledge on the PHC, and 65% had supportive attitude towards the PHC. When they were ill, their types of the PHC utilization decision process included: assessing an alternative, responding after the utilization, but they did not know of the needs and did not search for information.

Whereas the community who were not the PHC users had the characteristics as follows: more than 85% tend to search medical treatment at hospitals and alternative medicine, 87.1 % tend to have bad motivation towards the PHC, 88.6% tend to not know about the PHC, 100% tend to have unsupportive attitude towards the PHC. When they were ill, their types of the PHC utilization decision process had the characteristics as follows: 600/a had the tendency that they did not know about the needs, did not search any information, did not consider the choices, did not respond on after-utilization.

It can be concluded that the characteristics of the community who were users of PHC at the mainland working areas in Sumenep Regency were people whose knowledge and perception towards the PHC were good. However, their types of the utilization decision process was passive, particularly passive in knowing the needs and searching the information. They assessed that there was a lack in the advertisements, the PHC utilization promotions, the public relation and the personal selling. Based on this condition, the promotion objective can be determined, i.e. through informing with the purpose of influencing the consumers' awareness or minds particularly on new or innovative products, and reminding with, the purpose of pushing the PHC users to continuously utilize the PHC.

Meanwhile, the majority of those who were not PHC users searched medical treatment at hospitals and alternative medicine, had bad motivation, lacked of knowledge on the PHC, had unsupportive attitude, bad passive type of purchasing decision especially in knowing the needs and searching any information. They assessed that advertisements, the PHC utilization promotion, public relation and personal selling were not sufficient. Therefore, the objective of the promotion could be determined, i.e. informing with the purpose of influencing the PHC non-users' awareness or minds particularly on the existence of the PHC outpatient clinic, and persuading with the purpose of changing their attitude and motivation to utilize the PHC outpatient clinic.

Having the audience of the PHC users and based on the above promotion objective, i.e. informing, it can be determined as follows: a) The message content is new outpatient products, and the laboratory products supporting the outpatient and other services; b) The message source is the medical and paramedical staff, c) The communication media is advertisements (brochures and leaflets); d) The communication strategy is pushing by giving brochures to the PHC visitors. Whereas the reminding objective can be determined as follows: a) The message content is the outpatient types of products to remind them of utilizing the PHC continuously; b) The communication media is the personal selling in the form of health education; c) The strategy is pushing by giving brochures to the PHC visitors. As for the audience who are not the PHC users, the promotion setting is informing, which can be determined as follows: a) The message content is the introduction of the outpatient products, the tariff, the staff, and the advantages, using the common and understandable language; b) The message source is the health-education field staff, c) The communication media is brochures, leaflets, and pictorial paper sheets. Whereas those who lack motivation and attitude, the promotion setting is persuading, which includes: a) The message content is the introduction of the outpatient products, the tariff, the staff and the advantages, using the common language and emphasizing in the attitude changing; b) The message source is the health-education field staff, c) The communication media, is brochures and leaflets; d) The strategy is pushing by spreading brochures to the community's houses.

In order that the promotion development can be well-organized, it is necessary to obtain support from the management and integrated coordination as well as communication with all of related parties.

## ABSTRACT

### **The Promotion Development as an Effort to Increase the Utilization of the Outpatient Clinic at Public Health Centers in Sumenep Regency Based on the Promotion Analysis and the Purchasing Decision Process (A Promotion Development Case Study at the Mainland Public Health Centers in Sumenep Regency)**

The Mainland Public Health Centers in Sumenep Regency has already done a lot of promotion activities to attract the community to utilize the PHC. Yet the promotion has not been successful. This can be seen from the lowness of the outpatient utilization which was 34 people in average per day from the targeted 60 people per day during 2002-2004. The general objective of this study is to develop the promotion as an effort to increase the utilization of the mainland PHC in Sumenep Regency, based on the result of the consumer characteristic analysis, the utilization decision process and the PHC promotion evaluation.

This is a cross-sectional study conducted from April to July 2006. The data was taken by asking questionnaires to 200 respondents with a case study at 4 working areas at the mainland PHC in Sumenep Regency, i.e. Saronggi PHC, Moncek Tengah PHC, Legung Timur PHC, and Pasongsongan PHC. There were 50 respondents at each of the PHC of whom 25 respondents were the PHC users and 25 others were not PHC users.

The result of the study reveals the characteristics of both PHC users and non-PHC users. Those who were PHC users had the characteristics as follows: They had good knowledge and perception on the PHC, but they had passive type of the utilization decision process, particularly passive in knowing the needs and searching the information. They assessed that a small part of the advertisements, the PHC utilization promotion, the public relation, and the personal selling was good, therefore the proper type of promotion purpose is informing and reminding. The message content in the informing is the new products of the outpatient clinic and other products provided by the PHC. Whereas the message sources are the medical and paramedical staff, and the communication media are brochures and leaflets. The strategy is the pushing strategy by spreading brochures and leaflets to the PHC visitors. Meanwhile, the characteristics of non-PHC users were as follows: They lack of motivation and attitude, and they did not use the process of utilization decision. Therefore, the proper promotion purpose for this community is persuading, and the message is the introduction of the outpatient clinic products, the tariff, the staff, the advantages and the emphasize in attitude changing. The message source is the health-education field staff, and the communication media is brochures and leaflets. The strategy is the pushing strategy by spreading brochures and leaflets to the community's houses. As for those who lack of knowledge on the PHC, the proper objective purpose is informing, the message used understandable language.

In order to well-organize the promotion development, it is necessary to obtain support from the management and integrated coordination and communication with all related parties.

**Keyword :** Exploiting, Take care Road, Promotion, paramedic, communication.

## DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DEPAN .....	i
SAMPUL DALAM .....	ii
PRASYARAT GELAR .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
PENETAPAN PANITIA PENGUJI .....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
RINGKASAN .....	ix
SUMMARY .....	xi
ABSTRACT .....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Kajian Masalah .....	7
1.2.1 Rangsangan Pemasaran.....	8
1.2.2 Rangsangan Lain .....	14
1.2.3 Karakteristik Konsumen .....	15
1.2.4 Lingkungan .....	19
1.2.5 Proses Keputusan pemanfaatan rawat jalan .....	20
1.3 Batasan Masalah.....	22
1.4 Rumusan Masalah .....	23
1.5 Tujuan .....	24
1.5.1 Tujuan Umum.....	24
1.5.2 Tujuan Khusus .....	24
1.6 Manfaat Penelitian .....	25
1.6.1 Bagi Pemerintah kabupaten Sumenep .....	25
1.6.2 Bagi Puskesmas .....	26
1.6.3 Bagi Peneliti .....	26
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Pengertian Puskesmas .....	27
2.2. Perilaku Konsumen .....	29
2.2.1. Model Perilaku Pembelian .....	29
2.2.2. Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	33
2.2.3. Tipe Keputusan Pembelian .....	37
2.3. Model Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan (Alan Dever) .....	40

2.4. Bauran Pemasaran.....	42
2.4.1 Produk ( <i>Product</i> ) .....	42
2.4.2 Harga ( <i>Price</i> ) .....	42
2.4.3 Tempat ( <i>Place</i> ) .....	43
2.4.4 Promosi ( <i>promotion</i> ) .....	43
2.4.5 Bauran Komunikasi pemasaran ( <i>marketing communication mix</i> ) .....	52
<b>BAB 3 KERANGKA KONSEPTUAL.....</b>	<b>58</b>
<b>BAB 4 METODE PENELITIAN</b>	
4.1 Rancangan Penelitian .....	61
4.2 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	61
4.2.1 Populasi .....	61
4.2.2 Besarnya Sampel .....	62
4.2.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	63
4.3 Instrumen Penelitian.....	63
4.4 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian .....	64
4.4.1 Lokasi Penelitian.....	64
4.4.2 Waktu Penelitian .....	65
4.5 Kerangka Operasional Penelitian.....	66
4.6 Variabel Penelitian.....	67
4.7 Definisi Operasional Variabel.....	68
4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner .....	76
<b>BAB 5 HASIL PENELITIAN</b>	
5.1 Gambaran Umum Puskesmas Daratan kabupaten Sumenep .....	77
5.2 Gambaran umum responden .....	78
5.2.1 Karakteristik Responden.....	79
5.2.2 Hasil analisis Proses Keputusan Pemanfaatan .....	85
5.2.3 Hasil analisis Proses Keputusan Pemanfaatan dengan Asal Responden .....	99
5.2.4 Hasil Evaluasi keputusan pembelian dengan promosi .....	101
5.3 Rancangan Strategi Pengembangan Promosi.....	109
<b>BAB 6 PEMBAHASAN</b>	
6.1 Karakteristik Responen.....	111
6.1.1 Kebiasaan berobat masyarakat.....	112
6.1.2 Motivasi.....	114
6.1.3 Pengetahuan tentang Puskesmas .....	115
6.1.4 Sikap terhadap Puskesmas .....	116
6.2 Proses keputusan pembelian .....	117
6.3 Evaluasi promosi.....	119

BAB 7 KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan .....	124
7.2 Saran .....	129
DAFTAR PUSTAKA .....	131
LAMPIRAN .....	133



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Faktor-faktor yang kemungkinan menyebabkan rendahnya kunjungan rata-rata rawat jalan di Puskesmas di Kabupaten Sumenep tahun 2002-2004 .....	8
Gambar 2.1. Model Perilaku Pembeli.....	29
Gambar 2.2. Proses Pembelian Model Lima Tahap.....	33
Gambar 2.3. Tiga Kegiatan Promosi dan Masing-masing Tujuan Berbeda .....	44
Gambar 2.4. Perencanaan Promosi .....	46
Gambar 2.5. Alur Langkah dan Merencanakan Promosi.....	46
Gambar 2.6. Model Tanggapan Promosi .....	56
Gambar 3.1. Kerangka Konseptual, Model Kotler (2003) modifikasi Enggel (1994) .....	58
Gambar 4.1. Kerangka Operasional Penelitian.....	66
Gambar 5.1. Rangkuman Hasil Penelitian.....	107



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Pemanfaatan Rawat Jalan Umum dan BP Gigi di Puskesmas se-Kabupaten Sumenep tahun 2002-2004 .....	4
Tabel 1.2. Waktu Kerja Tersedia di Puskesmas Kabupaten Sumenep .....	6
Tabel 1.3. Besaran Tarip Rawat Jalan di Puskesmas Kabupaten Sumenep ....	10
Tabel 4.1. Distribusi Besar Sampel Penelitian .....	62
Tabel 4.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	68
Tabel 5.1. Gambaran Umum Puskesmas Tempat Penelitian .....	78
Tabel 5.2. Tabulasi silang kebiasaan berobat dengan keputusan pemanfaatan di wilayah daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	80
Tabel 5.3. Tabulasi silang gaya hidup dengan keputusan pemanfaatan di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	80
Tabel 5.4. Tabulasi silang kelas sosial dengan keputusan pemanfaatan di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	81
Tabel 5.5. Tabulasi silang pekerjaan tetap dengan keputusan pemanfaatan di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	82
Tabel 5.6. Tabulasi silang pendidikan dengan keputusan pemanfaatan di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	82
Tabel 5.7. Tabulasi silang motivasi dengan keputusan pemanfaatan di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	83
Tabel 5.8. Tabualsi silang pengetahuan tentang Puskesmas dengan keputusan pemanfaatan di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	84
Tabel 5.9. Tabulasi silang sikap terhadap Puskesmas dengan keputusan pemanfaatan di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	85

<b>Tabel 5.10.</b>	<b>Tabulasi silang kebiasaan berobat terhadap pengenalan kebutuhan responden di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006.....</b>	<b>86</b>
<b>Tabel 5.11.</b>	<b>Tabulasi silang kebiasaan berobat masyarakat dengan pencarian informasi di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....</b>	<b>86</b>
<b>Tabel 5.12.</b>	<b>Tabulasi silang kebiasaan berobat dengan penilaian alternatif di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun .....</b>	<b>87</b>
<b>Tabel 5.13.</b>	<b>Tabulasi silang gaya hidup dengan pengenalan kebutuhan di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....</b>	<b>87</b>
<b>Tabel 5.14.</b>	<b>Tabulasi silang gaya hidup dengan pencarian informasi di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....</b>	<b>88</b>
<b>Tabel 5.15.</b>	<b>Tabulasi silang gaya hidup dengan penilaian alternative di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....</b>	<b>88</b>
<b>Tabel 5.16.</b>	<b>Tabulasi silang kelas sosial dengan pengenalan kebutuhan di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....</b>	<b>89</b>
<b>Tabel 5.17.</b>	<b>Tabulasi silang kelas sosial dengan pencarian informasi di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....</b>	<b>89</b>
<b>Tabel 5.18.</b>	<b>Tabulasi silang kelas sosial dengan penilaian alternatif di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....</b>	<b>90</b>
<b>Tabel 5.19.</b>	<b>Tabulasi silang pekerjaan tetap dengan pengenalan kebutuhan di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....</b>	<b>91</b>
<b>Tabel 5.20.</b>	<b>Tabulasi silang pekerjaan tetap dengan pencarian informasi di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....</b>	<b>91</b>
<b>Tabel 5.21.</b>	<b>Tabulasi silang pekerjaan tetap dengan penilaian alternatif di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....</b>	<b>92</b>
<b>Tabel 5.22.</b>	<b>Tabulasi silang pendidikan dengan pengenalan kebutuhan di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....</b>	<b>92</b>
<b>Tabel 5.23.</b>	<b>Tabulasi silang pendidikan dengan pencarian informasi di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....</b>	<b>93</b>

Tabel 5.24.	Tabulasi silang pendidikan dengan penilaian alternatif di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	93
Tabel 5.25.	Tabulasi silang motivasi dengan pengenalan kebutuhan di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	94
Tabel 5.26.	Tabulasi silang motivasi dengan pencarian informasi di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	94
Tabel 5.27.	Tabulasi silang motivasi dengan penilaian alternatif di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	95
Tabel 5.28.	Tabulasi silang pengetahuan tentang puskesmas dengan pengenalan kebutuhan di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	96
Tabel 5.29.	Tabulasi silang pengetahuan tentang puskesmas dengan pencarian informasi di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	96
Tabel 5.30.	Tabulasi silang pengetahuan tentang puskesmas dengan penilaian alternatif di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	97
Tabel 5.31.	Tabulasi silang sikap terhadap puskesmas dengan pengenalan kebutuhan di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	97
Tabel 5.32.	Tabulasi silang sikap terhadap puskesmas dengan pencarian Informasi di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	98
Tabel 5.33.	Tabulasi silang antara sikap terhadap puskesmas dengan penilaian alternatif di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	99
Tabel 5.34.	Tabulasi silang pengenalan kebutuhan dengan keputusan penggunaan Puskesmas di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	100
Tabel 5.35.	Tabulasi silang pencarian informasi dengan keputusan penggunaan Puskesmas di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....	100

<b>Tabel 5.36.</b>	<b>Tabulasi silang penilaian alternatif dengan keputusan pemanfaatan Puskesmas di wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006.....</b>	<b>101</b>
<b>Tabel 5.37.</b>	<b>Tabulasi silang keputusan pemanfaatan dengan iklan Puskesmas wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006</b>	<b>101</b>
<b>Tabel 5.38.</b>	<b>Tabulasi silang keputusan pemanfaatan dengan promosi pemanfaatan yang dilaksanakan Puskesmas wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....</b>	<b>102</b>
<b>Tabel 5.39.</b>	<b>Tabulasi silang keputusan pemanfaatan dengan Public Relation yang dilaksanakan Puskesmas wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006.....</b>	<b>102</b>
<b>Tabel 5.40.</b>	<b>Tabulasi silang asal terhadap personal selling yang dilaksanakan Puskesmas wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006.....</b>	<b>103</b>
<b>Tabel 5.41.</b>	<b>Tabulasi silang asal responden dengan direct marketing Puskesmas wilayah kerja Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006</b>	<b>104</b>
<b>Tabel 5.42.</b>	<b>Variabel signifikan antara karakteristik dengan keputusan membeli di Puskesmas daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....</b>	<b>104</b>
<b>Tabel 5.43.</b>	<b>Isu strategic pada karakteristik dengan keputusan pemanfaatan Puskesmas wilayah daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....</b>	<b>108</b>
<b>Tabel 5.44.</b>	<b>Isu strategic pada karakteristik dengan proses keputusan pemanfaatan Puskesmas wilayah daratan kabupaten Sumenep tahun 2006 .....</b>	<b>108</b>
<b>Tabel 5.45.</b>	<b>Isu strategis pada keputusan pemanfaatan Puskesmas dengan promosi di wilayah daratan kabupaten Sumenep .....</b>	<b>108</b>
<b>Tabel 6.1.</b>	<b>Matrik rancangan promosi sebagai upaya peningkatan rawat jalan di Puskesmas daratan Kabupaten Sumenep tahun 2006 .....</b>	<b>123</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner .....	133
Lampiran 2. Teknik Analisis Data .....	142
Lampiran 3. Hasil uji statistik .....	176
Lampiran 4. Surat Ijin Penelitian .....	220

