

Vol. 2 • No. 2 • Juli 2022

Page (Hal.) : 504 – 511

ISSN (online) : 2746 - 4482

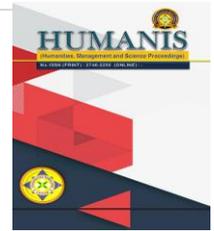
ISSN (print) : 2746 - 2250

© LPPM Universitas Pamulang

JL. Surya Kencana No.1 Pamulang, Tangerang Selatan – Banten

Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491

Email : humanisproceedings@gmail.com



Special Issue :

Webinar Nasional
HUMANIS 2022

Website. :

<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>

Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Sumber Daya Manusia terhadap Daya Saing pada Rumah Sakit Muhammad Husni Thamrin Cileungsi

Mutia Tri Yuliyati¹⁾; Yusmelinda Zagoto²⁾

Universitas Pamulang, Indonesia

E-mail: mutiayuliyati@gmail.com¹⁾; mzagoto98@gmail.com²⁾

Abstract. *The purpose of this study was to determine and analyze the effect of Location on competitiveness at Muhammad Husni Thamrin Hospital, Cileungsi, to determine and analyze the effect of Price on competitiveness at Muhammad Husni Thamrin Hospital, Cileungsi, to determine and analyze the effect of Quality of Human Resources on competitiveness at Muhammad Husni Thamrin Hospital, Cileungsi, to determine and analyze the effect of Location, Price and Quality of Human Resources on competitiveness at Muhammad Husni Thamrin Hospital, Cileungsi. This research uses quantitative research. The population in this study were 155 patients at Muhammad Husni Thamrin Hospital, Cileungsi. The sampling technique in this study is total sampling so that the number of samples is 155 respondents. The results showed that, Location had a positive and significant effect on Competitiveness, Price had a positive and significant effect on Competitiveness, Quality of Human Resources had a positive and significant effect on Competitiveness, Location, Price and Quality of Human Resources together had an effect on Competitiveness.*

Keywords: *Competitiveness, Location, Price, Quality of Human Resources*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Lokasi terhadap Daya Saing pada Rumah Sakit Muhammad Husni Thamrin Cileungsi, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Daya Saing pada Rumah Sakit Muhammad Husni Thamrin Cileungsi, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia terhadap Daya Saing pada Rumah Sakit Muhammad Husni Thamrin Cileungsi, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Sumber Daya Manusia secara bersama-sama terhadap Daya Saing pada Rumah Sakit Muhammad Husni Thamrin Cileungsi. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah 155 pasien pada Rumah Sakit Muhammad Husni Thamrin Cileungsi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah total sampling sehingga jumlah sampel berjumlah 155 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing, Kualitas Sumber Daya Manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing, Lokasi, Harga dan Kualitas Sumber Daya Manusia secara bersama-sama berpengaruh terhadap Daya Saing.

Kata Kunci: Daya Saing; Harga; Kualitas Sumber Daya Manusia; Lokasi

PENDAHULUAN

Rumah sakit dituntut untuk siap bersaing baik dengan rumah sakit dalam negeri maupun luar negeri di era globalisasi ini. Apalagi dengan adanya Undang-undang nomor 23 tahun 1992 tentang Kesehatan yang mendukung kebijakan pelaksanaan jaminan mutu pelayanan kesehatan (Wiyono, 2017).

Rumah sakit dan klinik sebagai penyedia jasa pelayanan kesehatan harus mempunyai keunggulan kompetitif. Rumah sakit dan klinik harus mempunyai daya saing dalam hal pelayanan kesehatan yang diberikan. Konsumen yang semakin pandai dan terdidik menyebabkan keinginan dan harapannya terhadap pelayanan kesehatan semakin meningkat. Pemenuhan harapan konsumen menjadi prioritas utama dalam jasa pelayanan kesehatan. Pemenuhan harapan pasien merupakan kunci kepuasan, yaitu apabila kinerja mutu layanan jasa rumah sakit dan klinik sesuai dengan harapan, maka pasien akan puas (Sunarto, 2017)

Dalam persaingan yang terjadi pada rumah sakit banyak ditemukan faktor yang mempengaruhi daya saing, faktor-faktor tersebut adalah lokasi, harga, kualitas sumber daya manusia dan sebagainya. Di tengah kondisi persaingan pada sektor jasa yang semakin meningkat, mengharuskan organisasi untuk terus meningkatkan pelayanan bagi konsumennya. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan tersebut adalah dengan meningkatkan pelayanan, karena pelayanan mendorong pelanggan untuk tetap setia kepada produk dan pelayanan suatu organisasi sehingga berdampak kepada peningkatan market *share* suatu produk. Pelayanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu lama (Tjiptono, 2016).

Dalam membangun sebuah usaha diperlukan sebuah tempat di mana sebuah perusahaan tersebut akan berlokasi. Lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran eceran, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis (Berman & Evans dalam Ma'ruf, 2017:113). Indikator lokasi antara lain: ketersediaan lahan parkir, memiliki tempat yang cukup luas, lokasi yang strategis (Hendra Fure, 2018) Pentingnya memilih lokasi perusahaan jasa tergantung pada tipe dan derajat interaksi yang terlihat (Ratnasari dan Aksa, 2019:55). Dengan lokasi yang strategis dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Selain lokasi, harga yang bersaing atau cenderung lebih murah juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Harga merupakan nilai barang atau jasa yang diungkapkan dalam satuan rupiah atau satuan mata uang lainnya. Dalam hal ini harga jual merupakan suatu yang digunakan untuk mendapatkan sejumlah barang dan jasa serta pelayanannya. Harga dapat diungkapkan menjadi berbagai istilah yaitu, iuran, tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji, honorarium, dan sebagainya. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan berkaitan dengan efisiensi pelayanan. Harga Menurut Kotler dan Armstrong (2018:151), Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Melihat pentingnya kualitas sumber daya manusia saat ini, menuntut kualitas sumber daya manusia yang baik. Agar kualitas sumber daya manusia tersebut baik dan tujuan organisasi tercapai maka perlu adanya manajemen yang baik pula. Semakin besarnya tingkat persaingan usaha di dalam dunia kerja menuntut kualitas sumber daya manusia yang handal dan mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Sumber daya manusia sebagai salah satu elemen utama dari organisasi adalah hal yang sangat penting karena faktor sumber daya manusia sangat berperan dalam usaha organisasi dalam mencapai tujuan. Sumber daya manusia tidak saja membantu organisasi dalam mencapai tujuannya tetapi juga membantu menentukan tujuan yang dapat dicapai dengan sumber daya yang dimiliki oleh organisasi. Pengelolaan sumber daya manusia merupakan suatu keharusan jika suatu organisasi ingin berkembang dan bersaing dengan organisasi lain.

Salah satu faktor penyebab keterbatasan sumber daya manusia khususnya medis tersebut adalah implikasi dari lemahnya manajemen mutu terpadu. Permasalahan kurang

terampilnya pegawai dalam mengelola pelayanan rumah sakit, sehingga masih terdapat pasien yang merasa kurang nyaman dalam pelayanannya. Lokasi yang ada kurang mumpuni dan Minimnya informasi mengenai lokasi membuat konsumen menjadi sulit menjangkau.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Lokasi berpengaruh terhadap Daya Saing pada Rumah Sakit Muhammad Husni Thamrin Cileungsi, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Daya Saing pada Rumah Sakit Muhammad Husni Thamrin Cileungsi, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia terhadap Daya Saing pada Rumah Sakit Muhammad Husni Thamrin Cileungsi, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Sumber Daya Manusia secara bersama-sama terhadap Daya Saing pada Rumah Sakit Muhammad Husni Thamrin Cileungsi.

KAJIAN LITERATUR

Lokasi merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian. Dalam konsep pemasaran terdapat istilah yang dikenal dengan *marketing mix* atau bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan *place* atau lokasi usaha. Lokasi menurut Tjiptono (2015:345) Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2018:76) "*place include company activities that make the product available to target consumers*". Kemudian menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2017:92) "lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan". Definisi lain menurut Ratih Hurriyati (2015:56) dikatakan bahwa Tempat (*place*) diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya.

Indikator lokasi menurut Fandy Tjiptono (dalam Kuswatiningsih, 2016:15) yaitu sebagai berikut:

1. Akses. Misalnya lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi.
2. Visibilitas. Yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas (*traffic*). Menyangkut dua pertimbangan utama:
 - 1) Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap pembelian, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
 - 2) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi peluang.
4. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
5. Ekspansi. Yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan dikemudian hari.
6. Lingkungan. Yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Sebagai contoh, restoran atau rumah makan berdekatan dengan daerah pondokan, asrama, kampus, sekolah, perkantoran, dan sebagainya.
7. Persaingan (lokasi pesaing). Sebagai contoh, dalam menentukan lokasi restoran perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama terdapat restoran lainnya.
8. Peraturan pemerintah. Misalnya ketentuan yang melarang rumah makan berlokasi terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk atau tempat ibadah.

Harga

Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Di samping itu, harga juga bersifat fleksibel. Dalam menentukan harga, perusahaan yang memproduksi jasa harus memperhatikan tingkat harga pasar dengan melihat kompetisi dan target market. Pengertian harga menurut Tjiptono (2017:151) adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Pendapat lain menurut Fandy Tjiptono (2018:151) menyebutkan bahwa harga merupakan

satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2019:67) harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:346) Penetapan harga juga dapat ditentukan berdasarkan nilai (*value-based pricing*), yang dimana menetapkan harga dilakukan berdasarkan persepsi nilai dari sang pembeli, bukan dari biaya sang penjual. Penetapan harga berdasarkan nilai dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Penetapan harga dengan nilai yang baik: yang dimana menawarkan kombinasi yang tepat antara kualitas dan juga layanan yang baik pada harga yang wajar.
2. Penetapan harga dengan nilai tambah: Melekatkan fitur dan layanan nilai tambah untuk membedakan penawaran perusahaan dan untuk mendukung penetapan harga yang lebih tinggi.

Kualitas Sumber Daya Manusia

Kualitas sumber daya manusia terdiri atas dua suku kata meliputi kata kualitas yang secara umum merupakan tingkat baik buruknya atau taraf atau derajat sesuatu. Adapun pengertian kualitas menurut Sedarmayanti (2019:59), mengemukakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh telah dipenuhi berbagai persyaratan, spesifikasi, dan harapan. Adapun menurut Pasolong (2018:5) mengemukakan bahwa: Kualitas sumber daya manusia merupakan tenaga kerja yang memiliki kompetensi pengetahuan, keterampilan dan moral yang tinggi. Sedangkan Menurut Ndraha (2017:12) mengatakan bahwa pengertian kualitas sumber daya manusia, yaitu: Sumber daya manusia yang mampu menciptakan bukan saja nilai komparatif, tetapi juga nilai kompetitif – generatif – inovatif dengan menggunakan energi tertinggi seperti *intelligence*, *creativity*, dan *imagination*, tidak lagi semata-mata menggunakan energi kasar seperti bahan mentah, lahan, air, energi otot, dan sebagainya.

Menurut Doni Juni Priansa (2018:147) kualitas sumber daya manusia dapat diukur dengan 3 dimensi yang di lihat dari pendidikan, pelatihan dan pengalaman. Dimensi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pendidikan
- b. Pelatihan
- c. Pengalaman

Daya Saing

Daya saing adalah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, sub-sektor atau negara untuk menjual dan memasok barang dan atau jasa yang diberikan dalam pasar. Daya saing sebuah negara dapat dicapai dari akumulasi daya saing strategis setiap perusahaan. Proses penciptaan nilai tambah (*value added creation*) berada pada lingkup perusahaan, menurut Mudrajad Kuncoro (2017:2). Kotler dan Keller (2017:214) menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan merupakan proses psikologis dasar yang memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Ralph C. Davis (Hasan, dalam Ajeng A. Puspitasari, 2018) memberikan definisi atau atau pengertian keputusan sebagai hasil pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas. Suatu keputusan merupakan jawaban yang pasti terhadap suatu pertanyaan. Keputusan harus dapat menjawab pertanyaan tentang apa yang dibicarakan dalam hubungannya dengan perencanaan. Keputusan dapat pula berupa tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana semula. Menurut Porter (2018:419) indikator daya saing yaitu :

1. Harga bersaing
2. Kualitas produk
3. Keunggulan bersaing

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian observasional analitik, yaitu melakukan pengamatan langsung kepada responden dengan melakukan penyebaran kuisioner untuk dianalisis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis menggunakan statistik didukung program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 20.

Menurut Sugiyono (2018: 80) bahwa, Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah 155 pasien pada Rumah Sakit Muhammad Husni Thamrin Cileungsi.

Menurut Sugiyono (2016:81) Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sedangkan teknik pengambilan sampel disebut dengan sampling. Menurut Sugiyono (2017:63), teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *total sampling*. Total sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 155 responden.

Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis kuantitatif dengan menggunakan statistik. Selanjutnya untuk memperoleh dan mempercepat input data, *software* statistik digunakan untuk mendukung penelitian ini. *Software* yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 20 dalam pengolahan data menggunakan analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Hasil Penelitian

Tabel 1. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14,385	2,512		5,726	,000
Lokasi (X1)	,242	,043	,286	5,616	,000
1 Harga (X2)	,309	,044	,400	6,990	,000
Kualitas Sumber Daya Manusia (X3)	,320	,047	,351	6,825	,000

a. Dependent Variable: Daya Saing (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 20), 2022

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 14,385 + 0.242 X_1 + 0.309 X_2 + 0.320 X_3$$

1. Nilai Konstanta a = 14,385 dapat diartikan bahwa jika Lokasi, Harga, dan Kualitas Sumber Daya Manusia bernilai nol maka Daya Saing bernilai positif sebesar 14,385.
2. Koefesien regresi Lokasi $b_1 = 0.242$ dapat diartikan bahwa jika nilai Lokasi meningkat sebesar satu maka nilai Daya Saing juga akan meningkat sebesar 0.242.
3. Koefesien regresi Harga $b_2 = 0.309$ dapat diartikan bahwa jika Harga meningkat sebesar satu maka nilai Daya Saing juga akan meningkat sebesar 0.309.
4. Koefesien regresi Kualitas Sumber Daya Manusia $b_3 = 0.320$ dapat diartikan bahwa jika Kualitas Sumber Daya Manusia meningkat sebesar satu maka nilai Daya Saing juga akan meningkat sebesar 0.320.

Pengujian Hipotesis

1. Pengaruh Lokasi (X_1) terhadap Daya Saing (Y)

Dari tabel di atas diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Lokasi (X_1) dengan t_{hitung} sebesar 5,616 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($5,616 >$

- 1.975) dan signifikansi lebih kecil dari 5% ($0.000 < 0.050$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Lokasi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing (Y).
2. Pengaruh Harga (X_2) terhadap Daya Saing (Y)
 Dari tabel di atas diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Harga (X_2) dengan t_{hitung} sebesar 6,990 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($6,990 > 1.975$) dan signifikansi lebih kecil dari 5% ($0.000 < 0.050$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing (Y).
3. Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia (X_3) terhadap Daya Saing (Y)
 Dari tabel di atas diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Kualitas Sumber Daya Manusia (X_3) dengan t_{hitung} sebesar 6,825 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($6,825 > 1.975$) dan signifikansi lebih kecil dari 5% ($0.000 < 0.050$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Kualitas Sumber Daya Manusia (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing (Y).

Uji F

Tabel 2. Uji Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	15876,562	3	5292,187	140,753	,000 ^p
1 Residual	5677,476	151	37,599		
Total	21554,039	154			

a. Dependent Variable: Daya Saing (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Sumber Daya Manusia (X3), Lokasi (X1), Harga (X2)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 20), 2022

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas yakni uji ANOVA diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 140,753 sedangkan F_{tabel} ($\alpha 0,05$) untuk $n = 155$ sebesar 2.43. Jadi $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} ($\alpha 0,05$) atau $140,753 > 2.43$, dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 karena $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Lokasi (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Sumber Daya Manusia (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Daya Saing (Y).

Koefisien Determinasi

Tabel 3. Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,858 ^a	,737	,731	6,13182

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 20), 2022

Berdasarkan perhitungan pada tabel di atas dilakukan pengujian pengaruh untuk ketiga variabel tersebut, dan berdasarkan tabel Model Summary tersebut dihasilkan nilai R Square sebesar 0.737. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 73,7% Lokasi (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Sumber Daya Manusia (X_3) berpengaruh terhadap Daya Saing (Y), sedangkan sisanya sebesar 26.3% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Lokasi terhadap Daya Saing

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel Daya Saing, hal ini dibuktikan sesuai dengan Teori Menurut Akhmad (dalam Desy Purwanti Atmaja, 2017) Lokasi memegang peranan penting dalam melakukan usaha. Karena berkaitan dengan dekatnya lokasi usaha dengan pusat keramaian, mudah dijangkau, aman, dan tersedianya tempat parkir yang luas, pada umumnya lebih disukai konsumen. Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin. Sehingga dengan demikian, ada hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Melisa Wantoyo (2018); Haeriah, dkk

(2021); *Melisa Wantoyo* (2018); mengatakan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing.

Pengaruh Harga terhadap Daya Saing

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel Harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel Daya Saing, hal ini dibuktikan sesuai dengan Teori menurut Kotler dan Keller (2009:67) Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Silfiena, dkk (2021); Ayu Setia Ningsih (2019); mengatakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing.

Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia terhadap Daya Saing

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel Kualitas Sumber Daya Manusia mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel Daya Saing, hal ini dibuktikan sesuai dengan Teori menurut Inni Basyaroh (2016:140) menunjukkan bahwa peningkatan kuantitas jumlah rumah sakit yang cepat tanpa diiringi dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia, hanya akan bersifat fatamorgana dan artifisial. Untuk itulah, salah satu upaya bersaing dengan rumah sakit asing perlu adanya strategi-strategi khusus rumah sakit Indonesia untuk meningkatkan daya saing dan nantinya pangsa pasar akan lebih luas tidak hanya berkuat pada penduduk Indonesia. Untuk mengukur kualitas sumber daya manusia yang dimiliki organisasi pada periode tertentu diperlukannya penilaian kinerja perawat dan dokter yang dapat menghasilkan kinerja pada rumah sakit meningkatkan mutu rumah sakit yang lebih baik. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Haliza Deli Gayo (2017) mengatakan bahwa Kualitas Sumber Daya Manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Sumber Daya Manusia terhadap Daya Saing di Rumah Sakit Muhammad Husni Thamrin Cileungsi, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lokasi (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing (Y).
2. Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing (Y).
3. Kualitas Sumber Daya Manusia (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing (Y).
4. Lokasi (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Sumber Daya Manusia (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Daya Saing (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Febriady, Leonard Sembiring. 2018. Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Keandalan Dan Ketepatanwaktuan Pelaporan Keuangan 125 Pemerintah (Studi Empiris Pada Pemerintah Kota Padang). *Jurnal Akuntansi* Vol. 1 No.1.
- Fure, Hendra. 2018. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Traditional Bersehati Calaca, *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.3.
- Harbani, Pasolong. 2018. *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Heizer, Jay & Barry Render. 2015. *Manajemen Operasi*. Edisi Ketujuh Buku. 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2017. *Ekonomika Industri Indonesia: Menuju Negara Industri Baru 2030?*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kuswatiningsih, Rahayu Setyo. 2016. Penerapan Model Pembelajaran Guided Discovery dengan Bantuan Software PhET pada Materi Fluida Statis di Kelas X SMAN 1

- Wringinanom. Program Studi Pendidikan Fisika Universitas Negeri Surabaya. Skripsi tidak diterbitkan.
- Lupiyoadi, dan Hamdani. 2017. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Ndraha, Taliziduhu. 2017. Pengantar teori Pengembangan Sumber Daya Manusia. Jakarta: Rineka Cipta.
- Priansa, Donni Juni. 2018. Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya. Manusia. Bandung: Alfabeta.
- Puspitasari, Ajeng A. Dkk., 2018. "Proses Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Menentukan Pembelian Produk Tas". Karawaci: Universitas Gunadarma.
- Ratnasari Tri Ririn, Mastuti H Akso. 2019. Manajemen Pemasaran Jasa. Penerbit: Ghalia Indonesia.
- Riduwan dan Sunarto. (2017). Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi. Bandung: Alfabeta.
- Sedarmayanti. 2019. Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- Wiyono, B. 2017. Hubungan Lingkungan Belajar, Kebiasaan Belajar dan Motivasi Belajar terhadap Prestasi Belajar siswa SMP Kotamadya Mojokerto. Jurnal Pendidikan Vol 15 No. 1 Tahun 2007. FIP Universitas Negeri Malang.