

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada perkembangan zaman saat ini persaingan dalam dunia bisnis sangat ketat, hal ini terbukti dengan semakin banyaknya perusahaan yang tumbuh dengan berbagai macam produk dan jasa yang ditawarkan, yang tentunya dengan keunggulan masing-masing. Setiap perusahaan saling berkompetisi dalam merebut pasar dengan berbagai cara dengan tujuan agar konsumen membeli dan menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Perusahaan berlomba-lomba untuk merebut dan mempertahankan pelanggan yang ada. Setiap perusahaan berusaha mempertahankan pelanggan yang sudah ada agar tidak berpaling kepada perusahaan lain yang tentunya dengan produk yang sama. Seiring dengan semakin tingginya tingkat kompetisi dunia usaha, maka perusahaan dituntut agar mampu memberikan nilai kepada konsumen. Salah satunya ialah pelayanan yang lebih kepada setiap konsumennya.

Nilai yang lebih adalah harapan setiap konsumen. Nilai tersebut bisa berbentuk fisik maupun non fisik. Nilai tersebut dapat ditingkatkan dengan tujuan agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci dalam memenangkan kompetisi dalam merebut pasar. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang berorientasi pada konsumen, artinya kualitas pelayanan merupakan jasa yang diterima oleh konsumen yang sesuai dengan apa yang diharapkan. Dengan kata lain, apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan telah sesuai dengan yang diharapkan konsumen, maka dapat dikatakan bahwa pelayanan itu adalah pelayanan yang berkualitas. Layanan yang berkualitas lah yang dapat mempertahankan keberlangsungan hidup (*survive*) dari sebuah perusahaan.

Salah satu industri bisnis yang berkembang pesat pada saat ini adalah industri rumah sakit. Dengan semakin pesatnya pertumbuhan jumlah penduduk demikian juga semakin tingginya permintaan masyarakat akan kesehatan. Berdasarkan hal tersebut maka setiap rumah sakit yang ikut berperan serta memberikan layanan kepada masyarakat berusaha untuk memperhatikan serta meningkatkan layanannya. Karena layanan yang diberikan sangat menentukan persepsi pasien, yaitu puas atau tidaknya pasien setelah menikmati layanan tersebut.

Rumah sakit adalah salah satu lembaga pelayanan jasa yang sangat berperan penting dalam memberikan layanan kesehatan kepada masyarakat. Sudah menjadi hal yang sangat penting bagi rumah sakit untuk memperhatikan kualitas layanan jasa yang diberikan. Dalam tujuan memberikan layanan yang baik tersebut maka rumah sakit harus memperhatikan dimensi kualitas pelayanan jasa yang mereka berikan.

Menurut Parasuraman *et. all.* dalam Tjiptono bahwa ada lima yang menjadi dimensi kualitas pelayanan jasa, yaitu: **“keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*), dan bukti fisik”**.¹ Dimensi-dimensi ini perlu diperhatikan oleh pihak rumah sakit agar dapat memberikan pelayanan yang baik kepada pasien dengan tujuan agar dapat memberikan kepuasan kepada pasien. Karena pasien yang puas dengan kualitas pelayanan yang ada akan loyal dengan rumah sakit tersebut dan bahkan akan merekomendasikan rumah sakit tersebut kepada orang lain.

Bukti fisik (*tangible*) seperti peralatan pemeriksaan, tempat tidur, ruang tunggu, parkir, toilet atau kamar mandi serta alat operasi perlu diperhatikan dan oleh pihak rumah sakit. Demikian halnya dengan keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan pihak rumah sakit untuk dapat memberikan pelayanan yang cepat, tepat, akurat dan memuaskan perlu diperhatikan. Selanjutnya

¹ Fandy Tjiptono, Manajemen Jasa, Andi Offset, Yogyakarta, 2014, hal, 282

yaitu daya tanggap (*responsiveness*) berupa kecepatan dan ketepatan dalam memberikan pelayanan juga perlu diperhatikan. Kemudian jaminan (*assurance*) seperti keamanan dan kenyamanan, akurasi pemeriksaan serta pelayanan yang berkualitas juga perlu diperhatikan. Empati (*empathy*) yaitu sikap atau rasa empati seperti kesediaan mendengarkan keluhan pasien, perhatian personal kepada pasien adalah hal yang sangat perlu untuk diperhatikan dalam memberikan layanan yang berkualitas kepada pasien. Seluruh dimensi diatas adalah hal yang sangat penting diperhatikan, dipelihara dan bahkan harus ditingkatkan dengan tujuan agar dapat memberikan layanan yang berkualitas kepada pasien.

Layanan dengan kualitas yang buruk, seperti daya tanggap yang lambat, pelayanan yang kurang baik serta respon yang cenderung lambat akan menimbulkan rasa tidak puas kepada pelanggannya yang pada akhirnya tidak menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan di kemudian hari. Untuk itu rumah sakit beserta para dokter dan perawat serta seluruh karyawan harus dapat meningkatkan profesionalismenya dalam menjalankan tugasnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas kepada pasien sehingga dan anggota keluarganya akan merasa puas.

Rumah Sakit Murni Teguh Medan adalah salah satu institusi jasa kesehatan di kota Medan Sumatera Utara yang terus berupaya meningkatkan pelayanan terbaiknya. Didalam operasionalnya Rumah Sakit Murni Teguh Medan terus berupaya memberikan layanan yang terbaik dalam seluruh aspek pelayanan dan pengelolaannya. Rumah Sakit ini sudah dan sedang bergerak untuk memberikan pelayanan dibidang jasa kesehatan yang terbaik kepada setiap pasien yang telah dan yang akan menggunakan jasa rumah sakit tersebut. Maka rumah sakit ini semakin dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik bagi setiap pasien dan terus meningkatkan mutu pelayanan yang ada.

Menurut observasi dan penelitian pendahuluan yang dilakukan oleh penulis baik pada Rumah Sakit Murni Teguh maupun kepada pasien, pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit masih dirasa kurang maksimal oleh pasien, sehingga masih ditemukan adanya ketidakpuasan dari konsumen yang telah dan sedang menggunakan jasa pelayanan kesehatan dari rumah sakit tersebut.

Keluhan yang banyak ditemui antara lain mengenai pelayanan perawat yaitu masih kurang ramah dan kurang perhatian kepada pasien, pelayanan makanan seperti menu yang diberikan kurang bervariasi dan juga dokter yang terkadang kurang tepat waktu dalam memberikan pelayanan kepada pasien sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Selain itu, pasien juga menyarankan agar para perawat dan seluruh pegawai agar memperkuat daya tanggap mereka terhadap pasien. Beberapa pasien mengatakan bahwa apabila mereka akan pulang dari rumah sakit, terkadang harus menunggu lama.

Selain keluhan diatas penulis juga mengamati masalah lokasi parkir yang sangat sempit dan yang juga banyak diluhkan oleh pasien yang datang untuk berobat dan juga untuk konsultasi kesehatan ke rumah sakit tersebut.

Dari uraian diatas masih terlihat kesenjangan atau *gap* antara kondisi ideal yang diinginkan oleh pelanggan dengan kenyataan yang terjadi dilapangan. Kondisi ideal yang diharapkan oleh pasien kecepatan dan ketepatan waktu dari dokter, makanan pasien yang bervariasi, perawat serta karyawan yang sopan-santun dan ramah, jaminan yang kuat yang diberikan, serta rasa empati yang kuat seluruh pihak yang terlibat dan juga lokasi parkir yang luas.

Dalam penelitian ini penulis fokus pada pasien rawat inap kelas III pada Rumah Sakit Murni Teguh Medan. Adapun mengapa penulis memilih pasien rawat inap karena pasien akan

mudah ditemui dilokasi sehingga penulis juga mudah mendapatkan informasi tentang penelitian ini.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rumah Sakit Murni Teguh Medan)”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Rumah Sakit Murni Teguh sebagai salah satu industri pelayanan jasa kesehatan memiliki tantangan untuk tetap dapat bertahan dalam persaingan dunia kesehatan yang semakin meningkat. Untuk dapat menang dan bertahan dalam persaingan tersebut industri rumah sakit perlu meningkatkan pelayanan yang akan memberikan kepuasan kepada pasien. Dalam tujuan tersebut rumah sakit perlu mengkaji dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pada pasien, seperti:

1. Kualitas pelayanan
2. Kualitas produk
3. Harga
4. Lokasi
5. Emosional

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan ruang lingkup penelitian ditetapkan agar dalam penelitian nantinya fokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasan, sehingga diharapkan tujuan penelitian

tidak menyimpang dari sasarannya. Ruang lingkup penelitian ini dilakukan hanya terbatas pada bagaimana pengaruh dimensi kualitas pelayanan jasa yaitu: berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) terhadap kepuasan pasien rawat uinap pada rumah sakit Murni Teguh Medan.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan pengamatan latar belakang dan batasan masalah diatas maka penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pasien rawat inap pada rumah sakit Murni Teguh Medan ?
2. Apakah terdapat pengaruh keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pasien rawat inap pada rumah sakit Murni Teguh Medan ?
3. Apakah terdapat pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pasien rawat inap pada rumah sakit Murni Teguh Medan ?
4. Apakah terdapat pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pasien rawat inap pada rumah sakit Murni Teguh Medan ?
5. Apakah terdapat pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan pasien rawat inap pada rumah sakit Murni Teguh Medan ?
6. Apakah terdapat pengaruh dimensi kualitas jasa, yaitu: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) secara simultan terhadap kepuasan pasien rawat inap?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pasien rawat inap pada rumah sakit Murni Teguh Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pasien rawat inap pada rumah sakit Murni Teguh Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pasien rawat inap pada rumah sakit Murni Teguh Medan.
4. Untuk mengetahui pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pasien rawat inap pada rumah sakit Murni Teguh Medan.
5. Untuk mengetahui pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan pasien rawat inap pada rumah sakit Murni Teguh Medan.
6. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas jasa bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) secara simultan pada kepuasan pasien rawat inap dirumah sakit Murni Teguh Medan.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat kepada:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai sarana pengembangan dan tambahan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu pemasaran.

2. Bagi Rumah Sakit Murni Teguh Medan

Sebagai masukan untuk pertimbangan dalam meningkatkan pelayanan dan kualitas sesuai dengan harapan pasien.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian khususnya yang berhubungan dengan dimensi kualitas pelayanan jasa dan kepuasan konsumen.

4. Bagi Universitas HKBP Nommensen

Sebagai tambahan literatur kepustakaan dibidang penelitian mengenai pengaruh dimensi pelayanan jasa terhadap kepuasan pasien pada rumah sakit.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA BERFIKIR, DAN RUMUSAN HIPOTESIS

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Pengertian Dan Konsep Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial mengantarkan sesuatu yang bernilai kepada orang lain dengan tujuan untuk memperoleh sesuatu yang juga bernilai dari orang lain. Inilah pengertian pemasaran secara awam. Dapat kita ketahui bahwa hal yang paling penting dalam pemasaran adalah sesuatu yang memiliki nilai bagi setiap individu yang mengantarkan nilai tersebut dan juga bernilai bagi orang yang menerimanya. Artinya bernilai bahwa sesuatu yang diberikan tersebut memiliki makna, fungsi, dan dapat dinikmati oleh sipenerima.

Menurut Assauri, **“pemasaran adalah sebagai kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran”**.

2

Definisi pemasaran menurut Assosiasi Pemasaran Amerika dalam Kotler

yaitu **“pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya”**³

Dari beberapa definisi pemasaran diatas dapat kita simpulkan bahwa pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan kepada pemuasan kebutuhan dan keinginan melalui suatu proses pertukaran sesuai yang bernilai. Yang dimaksud adalah barang dan jasa, serta uang dan tenaga. Dan juga dapat kita lihat bahwa kegiatan pemasaran itu melibatkan dua pihak yang saling

² Assauri, Manajemen Pemasaran, Raja Walipers, Jakarta, 2015, hal 5

³ Kotler, Manajemen Pemasaran, Erlangga, Jakarta, 2008, hal 5

berinteraksi, dimana pihak yang satu menginginkan kepuasan, sedangkan pihak yang lain ingin memperoleh laba. Dalam hal ini pihak yang dimaksud adalah pihak produsen dan konsumen.

2.2 Kualitas Pelayanan Jasa

2.2.1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu kinerja yang dilakukan, tidak berwujud, cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, dan konsumen lebih berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Menurut Taufik dalam Lonard bahwa pelayanan adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak, yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

2.2.2. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Irawan yang dikutip oleh Tri Hari dan Tri Yuniati “**kualitas pelayanan adalah suatu permulaan dari kepuasan pelanggan**”.⁴ Demikian pula menurut Parasuraman menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan atau persepsi konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Jadi jika kualitas pelayanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan maka layanan tersebut dikatakan berkualitas dan memuaskan.

2.2.3. Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa

Menurut Parasuraman *et al* dalam Rambat Lupiyoadi terdapat lima dimensi kualitas jasa yaitu:

a. Bukti Fisik (*tangible*)

Bukti fisik (*tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan

⁴ Tri Hari Koestanto dan Tri Yuniati, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.3 No. 10 (2014)

sekitarnya merupakan bukti nyata yang diberikan dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

b. Keandalan (*reliability*)

Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

c. Ketanggapan (*responsiveness*)

Ketanggapan adalah suatu kebijakan untuk memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

d. Jaminan (*assurance*)

Jaminan dan kepastian (*assurance*) adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

e. Empati (*empathy*)

Empati (*empathy*) adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan para pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.⁵

Sedangkan menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra terdapat lima dimensi kualitas jasa yang diurutkan menurut kepentingannya yaitu:

- a. Reliabilitas (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat.
- c. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- d. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

⁵ Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta, 2001, hal 148

- e. **Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan**⁶

2.2.4 Model Untuk Mengukur Kualitas Jasa

Mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen tentang jasa merupakan suatu hal yang rutin dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar sebagai umpan balik untuk mengukur kualitas dan melakukan koreksi apabila kualitas itu kurang memuaskan konsumen. Menurut Jasfar mengatakan bahwa terdapat lima model yang digunakan untuk menganalisis kualitas pelayanan yaitu, antara lain:

- 1. Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen**
- 2. Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas pelayanan**
- 3. Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa**
- 4. Gap antara penyampaian pelayanan dan komunikasi eksternal**
- 5. Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan**⁷

Adapun model untuk mengukur kualitas pelayanan diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen

Yaitu untuk mengetahui bagaimana jasa atau pelayanan yang diperlukan oleh konsumen, sehingga pihak manajemen suatu organisasi atau pihak penyedia jasa kesehatan dapat memahami dalam memberikan pelayanan kepada konsumen atau pasien.

2. Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas pelayanan.

⁶ Fandy Tjiptono dan Gregorigus Chandra, *Service Quaility dan Satisfaction*, Andi, Yogyakarta, 2015, hal 137

⁷ Farida Jasfar, *Manajemen Jasa*, Grahalia, Bogor, 2005, hal 58

Yaitu kadang kala manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh konsumen atau pasien, tetapi kurangnya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa atau pelayanan dan kurangnya sumber daya atau karena adanya kelebihan permintaan.

3. Gap antara spesifikasi kualitas pelayanan dan penyampaian pelayanan

Yaitu adanya penyebab terjadinya gap ini dikarenakan beban kerja melampaui batas, tidak dapat memenuhi standar kerja dan bahkan kurangnya standar kinerja yang telah ditetapkan.

4. Gap antara penyampaian pelayanan dan komunikasi eksternal

Yaitu dimana seringkali harapan para konsumen dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh pihak manajemen.

5. Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan

Yaitu gap ini terjadi apabila konsumen mengukur kinerja organisasi atau pihak penyedia jasa kesehatan dengan cara yang berlainan atau bisa juga keliru mempersepsikan kualitas jasa atau pelayanan.

2.3 Pelayanan Dan Kepuasan Rumah Sakit

2.3.1 Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit

Menurut Donalbedian yang dikutip oleh Hamzah Hafied menyatakan bahwa pelayanan kesehatan yang diberikan oleh rumah sakit dapat ditelaah dari tiga sisi yaitu:

- 1. Struktur (sarana fisik, peralatan, dana, tenaga kesehatan, dan non kesehatan, serta pasien)**
- 2. Proses (Manajemen RS baik manajemen interpersonal, teknis maupun pelayanan keperawatan yang kesemuanya tercermin pada tindakan medis dan non medis kepada pasien)**
- 3. Outcome**

Kepuasan pelayanan rumah sakit dapat dilihat dari beberapa aspek yang berpengaruh, baik yang berpengaruh langsung maupun yang tidak langsung. Beberapa aspek yang berpengaruh tersebut adalah sebagai berikut:

- **Klinis, yaitu menyangkut pelayanan dokter, perawat dan terkait medis**
- **Efisiensi dan efektifitas, yaitu pelayanan yang murah tepat guna, tak diagnosan dan terapi berlebihan**
- **Keamanan pasien, yaitu upaya perlindungan terhadap pasien.**
- **Kepuasan Pasien, yaitu berhubungan dengan kenyamanan, keramahan, dan kecepatan pelayanan**⁸

Pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit dapat ditunjukkan oleh sikap dokter, tenaga medis dan non medis kepada pasien merupakan kunci dalam meningkatkan kepuasan pasien.

2.3.2. Kepuasan Pasien Rumah Sakit

Kepuasan pasien erat hubungannya dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi juga kepuasan pasien. Untuk dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik maka perlu diperhatikan tata cara penyelenggaraan pelayanan tersebut. Kepuasan pasien dapat dipenuhi apabila dalam penyelenggaraannya, pelayanan kesehatan disesuaikan dengan kode etik pelayanan, yaitu terkait dengan prinsip moral atau pedoman dalam berbuat untuk memberikan pelayanan kesehatan dari rumah sakit terhadap orang lain dalam hal ini dalam hal ini pelaksanaannya harus optimal. Hal ini yang terkait dengan kualitas pelayanan kesehatan adalah kepuasan pasien akan terwujud apabila rumah sakit memberikan pelayanan yang baik. Dalam tujuan itu maka rumah sakit harus memperhatikan dimensi kualitas pelayanannya, meliputi: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pasien timbul apabila pelayanan kesehatan yang diberikan sesuai atau bahkan melebihi harapan.

⁸ Hamzah Hafied, Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Askes PNS Rawat Inap Rumah Sakit Anutapuran Palu, Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol 9, Nomor 4 Juli 2011, hal 4

2.3.3. Hubungan Dimensi Kualitas Kelayanan Jasa dengan Kepuasan Pasien

a. Bukti Fisik (*tangible*)

Bukti Fisik (*tangible*) adalah aspek nyata yang dapat dilihat dan diraba. Tersedianya fasilitas fisik seperti peralatan pemeriksaan, peralatan operasi, gedung, petugas medis dan non medis, dan alat-alat pendukung yang digunakan dalam memberikan pelayanan kepada pasien.

Hubungan bukti fisik (*tangible*) dengan kepuasan pasien mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Semakin baik persepsi pasien terhadap bukti fisik dalam sebuah rumah sakit maka kepuasan pasien juga akan semakin tinggi. Sebaliknya jika persepsi pasien buruk terhadap bukti fisik dalam sebuah rumah sakit maka kepuasan pasien juga akan semakin rendah. Pada penelitian yang dilakukan oleh Farhan bahwa bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

b. Keandalan (*reliability*)

Keandalan (*reliability*) adalah aspek-aspek kehandalan sistem pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit seperti kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Dalam hal ini apakah jasa yang diberikan sesuai dengan standar umum atau bahkan standar internasional.

Hubungan antara keandalan dengan kepuasan pasien adalah mempunyai hubungan yang positif. Karena apabila keandalan sebuah Rumah Sakit semakin baik dalam persepsi pasien maka kepuasan pasien akan semakin tinggi. Pada penelitian yang dilakukan oleh Farhan bahwa keandalan berpengaruh positif terhadap positif terhadap kepuasan pasien.

c. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Daya Tanggap (*responsiveness*) adalah keinginan untuk membantu dan menyediakan jasa atau pelayanan yang dibutuhkan oleh pasien. Dapat juga berarti kecepatan pemberi jasa dalam memberikan pelayanan sekaligus mampu menangkap aspirasi-aspirasi yang muncul dari pasien.

Hubungan antara ketanggapan terhadap kepuasan pasien adalah positif. Karena apabila daya tanggap sebuah rumah sakit semakin baik dalam persepsi pasien maka kepuasan pasien akan semakin tinggi. Pada penelitian yang dilakukan oleh Farhan bahwa daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

d. Jaminan (*assurance*)

Jaminan (*assurance*) adalah jaminan bahwa jasa yang ditawarkan memberikan jaminan keamanan, kemampuan (kompetensi) sumberdaya manusia sesuai dengan standard dan hal-hal yang sifatnya memberikan jaminan kepada pasien bahwa seluruh unsur pemberian jasa sesuai dengan apa yang diharapkan.

Hubungan antara jaminan dengan kepuasan pasien adalah positif. Karena apabila jaminan sebuah rumah sakit baik dalam persepsi pasien, maka kepuasan pasien akan semakin meningkat. Namun sebaliknya, apabila persepsi pasien buruk maka kepuasannya juga akan semakin rendah. Pada penelitian yang dilakukan oleh Farhan bahwa Jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

e. Empati (*empathy*)

Empati (*empathy*) adalah berkaitan dengan perhatian penuh kepada pasien, misalnya melayani pasien dengan ramah, kemudahan dalam memberikan pelayanan, komunikasi serta kemampuan memahami kebutuhan pasien.

Hubungan antara empati (*empathy*) dengan kepuasan pasien adalah positif, karena apabila empati dalam sebuah rumah sakit semakin baik dalam persepsi pasien, maka kepuasan pasien akan semakin tinggi. Namun sebaliknya apabila empati buruk dalam persepsi pasien maka kepuasan pasien akan semakin rendah. Pada penelitian yang dilakukan oleh Farhan bahwa Empati berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

2.4 Pengertian Kepuasan Konsumen

Salah satu tujuan dari kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen menjadi tujuan utama dari sebuah perusahaan, karena dengan puasnya konsumen perusahaan akan berhasil dalam kegiatan yang dilakukannya. Sebagai dampak dari kepuasan konsumen adalah loyalitas pelanggan yang membuat perusahaan akan beruntung dan dapat mempertahankan laba dalam jangka panjang. Dengan demikian suatu perusahaan yang berhasil memberikan kepuasan kepada konsumen akan dapat bersaing dan menguasai pasar.

Menurut Kotler bahwa **“kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka”**.⁹ Sedangkan menurut Fandy Tjiptono dan Gregorigus Chandra **“kepuasan pelanggan adalah merupakan konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen”**.¹⁰

Menurut Westbrook dan Reilly dalam Tjiptono berpendapat bahwa **“kepuasan konsumen adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan**

⁹ Kotler, Manajemen Pemasaran, Op. Cit., hal 138

¹⁰ Fandy Tjiptono dan Gregorigus Chandra, Pemasaran Strategik, Andi, Yogyakarta, 2012, hal, 55

produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku dalam pasar secara keseluruhan”.¹¹

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen terjadi ketika apa yang diharapkan oleh konsumen harus sesuai dengan kenyataan yang diberikan atau bahkan lebih dari yang diharapkan. Pihak penyedia jasa harus memperhatikan harapan konsumen untuk dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi setiap konsumen. Apabila konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka konsumen akan datang kembali untuk melakukan pembelian terhadap jasa yang ditawarkan.

2.4.1 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tujuan yang sangat penting yang ingin dicapai oleh pihak perusahaan (dalam hal ini pihak rumah sakit) dalam menjaga hubungan baik dengan konsumennya. Oleh sebab itu perusahaan perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi konsumen. Menurut M.N. Nasution Faktor – faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan adalah sebagai berikut:

- 1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen atau pemasok produk**
- 2. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.**
- 3. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka menceritakan kualitas produk yang akan aka dibeli oleh pelanggan itu.**
- 4. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan.**¹²

Sri Yuniarti mengatakan bahwa ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu:

¹¹ Tjiptpno, Pemasaran Jasa, Op.Cit., hal 353

¹² M. N. Nasution, Manajemen Jasa Terpadu, Grahalia Indonesia, Bogor, 2004

1. **Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.**
2. **Kualitas pelayanan, yaitu konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.**
3. **Emosional, yaitu konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.**
4. **Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.**
5. **Biaya, yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.¹³**

Berdasarkan kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen rumah sakit harus memperhatikan faktor-faktor tersebut, sehingga tujuan rumah sakit memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan dapat tercapai.

2.4.2. Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Irawan indikator kepuasan konsumen ada tiga yaitu:

1. **Kepuasan jasa secara menyeluruh, para pemakai jasa akan merasa puas saat melihat pekerjaan yang dilakukan selesai dengan bagus dan tidak mengecewakan konsumen.**
2. **Merekomendasikan kepada pihak lain, Konsumen yang merasa puas akan menyampaikan informasi kepada kerabat dan temannya, jika kinernya bagus.**
3. **Akan menggunakan jasa kembali, konsumen yang puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan, konsumen pasti akan kembali menggunakan produk dan jasa tersebut.**

2.5 Tinjauan Empiris

Tinjauan empiris merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu. Tinjauan empiris sendiri sangat dibutuhkan dalam melaksanakan penelitian yang sedang dilaksanakan pada saat ini. Selain itu tinjauan empiris juga dapat digunakan nantinya sebagai

¹³ Yuniarti, Perilaku Konsumen, Pustaka Setia , Bandung, 2015.

bahan untuk membandingkan hasil penelitian yang dilakukan pada saat ini dengan hasil penelitian sebelumnya. Adapun hasil penelitian sebelumnya dapat dilihat pada Tabel 2.1

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Variabel	Hasil Penelitian
1	Ana Restiani Univeristas Brawijaya	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pada Rumah Sakit Aisyiyah Malang	Metode analisis data skala likert, Uji regresi linear sederhana, Uji hipotesis, Uji t, dan koefisien determinasi SPSS	Variabel bebas. Bentuk Fisik (X1), Keandalan (X2), Jaminan, (X3), Empati (X4), Daya tanggap (X5), Variabel terikat Kepuasan Masyarakat	Hasil penelitian bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada Rumah Sakit Aisyiyah Malang

2	Rensi Butar Butar Universitas HKBP Nommensen Medan (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Sakit Estomihi Medan	Metode deskriptif, uji regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji heterokedestisitas, uji hipotesis, uji t, uji simultan, uji koefisien determinasi dan diolah dengan aplikasi <i>SPSS 21,0 for windows</i> .	Variabel bebas (X) Kualitas Pelayanan Variabel terikat (Y) Kepuasan Pelanggan	Dari Hasil penelitian yang diolah dengan menggunakan metode analisis data yang digunakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Sakit Estomihi Medan
3	Semiaji Santoso Universitas Diponegoro Semarang (2012)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Rumah Sakit Roemani Muhammadiyah Semarang	Uji asumsi klasik, uji regresi bebas multikolonieritas, uji heretoskedesitas.	Variabel bebas Bukti Lansung (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), Empati (X5) Variabel Terikat Kepuasan Konsumen (Y)	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien.
4	Raj Mohammad Farhan Yn Universitas Lampung (2016)	Pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen Emersia Hotel dan Resort Bandar Lampung	Metode deskriptif, uji linier berganda, uji t, uji f, uji koefisien determinasi.	Varibel Bebas Tangible (X1), Empathy (X2), Responsiveness (X3), Reliability (X4), Assurance (X5) Varibel terikat Kepuasan Konsumen (Y)	Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
5	Mohammad Aris Wachudi Univeritas Negeri Malang	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pada Rumah Sakit Aisiyyah Malang	Metode analisis data skala likert, Uji regresi linier sederhana, Uji hipotesis, Uji t, dan koefisien determinasi SPSS	Varibel Bebas Bentuk Fisik (X1), keandalan (X2), jaminan (X3), empati (X4), daya tanggap (X5) Variabel terikat Kepuasan Masyarakat	Hasil penelitian bahwa variabel kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada Rumah Sakit Aisiyyah Malang.

Sumber : berbagai artikel (dikumpulkan oleh penulis, 2017)

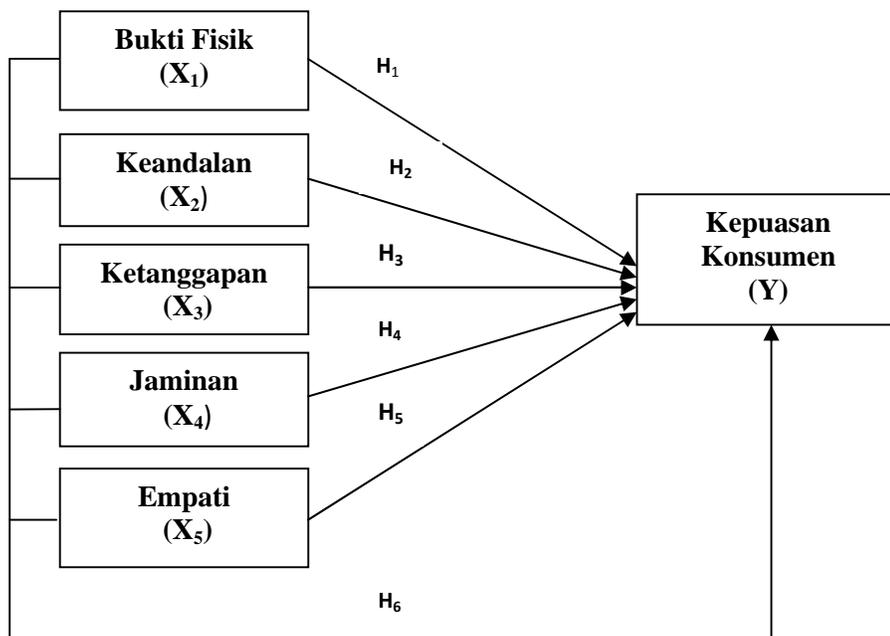
Berdasarkan dari beberapa hasil penelitian terdahulu diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat kesamaan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan konsumen, penelitian tersebut juga dapat membantu peneliti sekarang sebagai referensi untuk melakukan penelitian mengenai pengukuran kualitas pelayanan.

2.6 Kerangka Konseptual

Suatu perusahaan yang menginginkan perusahaannya dapat tetap berjalan lancar secara terus-menerus dalam hal ini rumah sakit, maka perusahaan tersebut dituntut untuk dapat memberikan kepuasan yang tinggi kepada setiap pasien. Kepuasan tersebut dapat diukur oleh pelanggan dengan membandingkan apa yang diharapkan dan apa yang terjadi, apabila yang terjadi sama atau bahkan lebih dari yang diharapkan, berarti kepuasan pasien telah terpenuhi.

Berdasarkan pada dimensi kualitas jasa terdapat 5 (lima) kriteria penentu kualitas jasa layanan, yaitu: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Mengacu pada penggambaran dimensi kualitas pelayanan jasa yang diterima dan dirasakan oleh pasien yang selanjutnya akan mempengaruhi tingkat kepuasan pasien tersebut, maka kelima unsur itu akan mendasari kerangka pemikiran ini

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Teoritis



2.7 Rumusan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya perlu diuji secara empiris. Hipotesis juga menyatakan hubungan apa yang kita cari atau apa yang ingin kita pelajari. Hipotesis juga sangat penting sebagai petunjuk dalam pengumpulan dan analisa data yang diperlukan dan disamping itu juga dipergunakan sebagai alat untuk menghubungkan antara data yang satu dengan data yang lain dalam penelitian.

Jadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Bukti Fisik (*tangibles*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien
2. Keandalan (*reliability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien
3. Daya Tanggap (*responsiveness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien
4. Jaminan (*assurance*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien
5. Empati (*empathy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien
6. Dimensi kualitas jasa bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian dapat mengacu pada penelitian kuantitatif dengan menggunakan variabel-variabel dan data berupa informasi. Dimana desain yang digunakan adalah statistik deskriptif, yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Statistik inferensial atau induktif juga merupakan desain penelitian yang digunakan dalam sebuah penelitian yang mana statistik inferensial atau induktif adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisa data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk menguji parameter populasi melalui data sampel. Kedua metode tersebut digunakan untuk mengolah dan menganalisa data sampel.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Menurut Sugiono .“populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari kemudian ditarik kesimpulannya”.¹⁴

Populasi yang dijadikan dalam penelitian ini adalah jumlah pasien rawat inap kelas III pada bulan terakhir pengambilan data jumlah pasien rawat inap tahun 2017, yaitu pada pada bulan September yang berjumlah 671 pasien.

3.2.2. Sampel

Sugiono mengemukakan bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.¹⁵ Untuk penentuan jumlah sampel digunakan rumus slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = N/1+N (e)^2$$

Dimana:

n = jumlah sampel

N = ukuran populasi

e = standar errorstandar ditentukan sebesar 10%

Dari rumus diatas maka jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = 671/1+671 (0.1)^2$$

n = 100 responden (pasien)

3.2.3. Metode Pengambilan Sampel

¹⁴ Sugiono, Metode Penelitian, Alfabeta, Bandung, 2016, hal 80

¹⁵ Ibid, hal 81

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengambilan sampel *Accidental Sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang sedang rawat inap yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Hal ini dilakukan mengingat terbatasnya dana dan waktu yang dimiliki oleh penulis. Dalam pengambilan sampel, responden akan dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir. Untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti mengambil data pasien rawat inap kelas III dari Rumah Sakit Murni Teguh Medan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data mengenai dimensi kualitas pelayanan jasa dan kepuasan konsumen. Selain itu, peneliti juga melakukan studi pustaka yaitu mengambil data-data penelitian terdahulu, jurnal-jurnal, buku-buku, maupun literatur yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik atau metode pengambilan data dalam penelitian ini adalah:

1. Studi Dokumentasi

Yaitu penelitian dengan mengambil bahan-bahan pustaka diambil dari beberapa buku untuk menunjang teori yang digunakan.

2. Kuesioner (angket)

Yaitu penelitian dengan memberikan angket yang berisi daftar pertanyaan kepada beberapa responden untuk dijawab, sehingga dalam pengumpulan tanggapan dan pendapat mereka, dapat ditarik suatu kesimpulan tentang permasalahan yang dihadapi.

3. Wawancara

Yaitu penelitian dengan bertemu langsung dan melakukan pembicaraan terhadap konsumen dengan memberikan beberapa pertanyaan langsung kepada konsumen yang dianggap penting dalam penelitian.

3.4 Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini dijabarkan oleh penulis dibawah ini dengan tujuan agar mempermudah pembahasan, adapun definisi operasional tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Dimensi kualitas pelayanan jasa, yaitu hal-hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dimensi kualitas jasa tersebut akan dijelaskan definisi operasionalnya dibawah ini:
 1. Bukti Fisik (*tangible*) adalah aspek nyata yang dapat dilihat dan diraba. Tersedianya fasilitas fisik seperti peralatan, gedung, petugas medis dan non medis, dan alat-alat pendukung yang digunakan dalam memberikan pelayanan kepada pasien. Indikator yang digunakan adalah dapat dilihat pada tabel 3.1
 2. Keandalan (*reliability*) adalah aspek-aspek kehandalan sistem pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit. Dalam hal ini apakah pelayanan jasa yang diberikan oleh pihak rumah sakit benar handal seperti keakuratan pemeriksaan, operasi yang tepat dan cara penyembuhan yang tepat, serta ketepatan waktu dalam pemberian pelayanan kepada seluruh pasien. Indikator yang digunakan adalah ada pada tabel 3.1

3. Daya Tanggap (*responsiveness*) adalah keinginan untuk membantu dan menyediakan jasa atau pelayanan yang dibutuhkan oleh pasien. Dapat juga berarti kecepatan pemberi jasa dalam memberikan pelayanan sekaligus mampu menangkap aspirasi-aspirasi yang muncul dari pasien. Indikator yang digunakan adalah dapat dilihat pada tabel 3.1
 4. Jaminan (*assurance*) adalah jaminan bahwa jasa yang ditawarkan memberikan jaminan keamanan, kemampuan (kompetensi) sumberdaya manusia sesuai dengan standard dan hal-hal yang sifatnya memberikan jaminan bahwa seluruh unsur pemberi jasa sesuai dengan apa yang diharapkan. Indikator yang digunakan adalah dapat dilihat pada tabel 3.1
 5. Empati (*empathy*) adalah berkaitan dengan perhatian penuh kepada pasien, misalnya melayani pasien dengan ramah, kemudahan dalam memberikan pelayanan, komunikasi serta kemampuan memahami kebutuhan pasien. Indikator yang dipakai adalah dapat dilihat pada tabel 3.1.
- b. Kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan pasien setelah kinerja atau pelayanan yang didapat melebihi harapannya, yang kemudian akan membuat pasien menjadi loyal dan akan kembali menggunakan jasa rumah sakit tersebut. Indikator yang digunakan adalah dapat dilihat pada tabel 3.1

Tabel 3.1

Indikator Tiap Variabel

Variabel	Indikator	Skala pengukuran
<p>Bukti Fisik (<i>tangible</i>) X₁ Yaitu kemampuan perusahaan menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal (Lupiyoadi, 2006)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas fisik 2. Penampilan pegawai 3. Perlengkapan dan peralatan 	Likert
<p>Keandalan (<i>reliability</i>) X₂ Yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya (Lupiyoadi, 2006)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan 2. Sikap yang simpatik 3. Ketepatan waktu 	Likert
<p>Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) X₃ yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang cepat dan tepat 2. Pemberian informasi yang jelas 	Likert
<p>Jaminan (<i>assurance</i>) X₄ Yaitu Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan (Lupiyoadi, 2006)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kredibilitas 2. Keamanan 3. Sopan santun 	Likert
<p>Empati (<i>empathy</i>) X₅ yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen (Lupiyoadi, 2006)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perhatian secara personal 2. Memahami kebutuhan secara spesifik 3. Memiliki waktu pengoperasian pelayanan yang aman dan nyaman bagi konsumen. 	Likert
<p>Kepuasan Konsumen (<i>consumer satisfaction</i>) (Y) yaitu merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil atau melampaui harapan konsumen (Tjiptono, 2002)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minat pembelian ulang 3. Kesiediaan untuk merekomendasikan 	Likert

3.5. Skala pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Dalam melakukan penelitian ini terdapat variabel-variabel yang akan diuji pada setiap jawaban adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan hal yang sangat penting dalam suatu penelitian, terutama apabila tujuan dari penelitian itu adalah untuk mengambil kesimpulan dari masalah yang diteliti. Dalam kegiatan menganalisis data diperlukan satu cara atau metode dalam menganalisisnya. Metode analisis data diperlukan untuk mengubah atau menganalisis data hasil penelitian agar dapat digambarkan sehingga keputusan yang dihasilkan mudah dipahami. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.6.1 Metode Deskriptif

Metode deskriptif merupakan metode yang cara penggunaannya ialah dengan menyusun data dan mengelompokkan data untuk dianalisis, sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai fakta-fakta dan sifat serta hubungan antar fenomena yang sedang diteliti.

3.6.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kuesioner apakah layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Untuk menguji validitas konstruksinya dilakukan dengan menguji masing-masing pertanyaan dengan *product moment correlation* dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika r_{hitung} Positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan valid
- Jika r_{hitung} Positif dan $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan tersebut tidak valid

Uji validitas pada penelitian ini diolah dengan menggunakan *software SPSS*.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercayai atau diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Uji reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji *Cronbach's Alpha*, Dimana suatu hasil dinyatakan reliabel apabila nilai lebih besar dari batasan minimal 0,60 (nilai Cronbach's Alpha > 0.60). Setelah butir pertanyaan dinyatakan sudah valid dalam uji validitas dapat ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika r_{alpha} positif dan $r_{alpha} > r_{tabel}$ maka dinyatakan reliabel.
- Jika r_{alpha} negatif dan $r_{alpha} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak reliabel.

Uji reliabilitas pada penelitian ini diolah dengan *software SPSS*.

4. Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, terlebih dahulu dilakukan pengujian-pengujian terhadap gejala penyimpangan terhadap asumsi klasik, dalam asumsi klasik terdapat beberapa pengujian yang harus dilakukan, yaitu:

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan cara:

- a. Melihat *Normal Plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Data sesungguhnya diplotkan sedangkan distribusi normal akan membentuk garis diagonal.
- b. Melihat Histogram yang membandingkan data yang sesungguhnya dengan distribusi normal.
- c. Kriteria Uji Normalitas:
 - Apabila $p\text{-value} (pv) < (0.05)$ artinya data tidak berfungsi normal.
 - Apabila $p\text{-value} (pv) > (0.05)$ artinya data berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah menguji model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas, yakni varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap.

3. Uji Multikolonieritas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yang terdapat dalam model memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna.

5. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah variabel apakah variabel bebas secara bersama mempengaruhi variabel terikat.

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pasien

b₁ = Koefisien Regresi Tangibles

b₂ = Koefisien Regresi Reliability

b₃ = Koefisien Regresi Assurance

b₄ = Koefisien Regresi Responsiveness

b₅ = Koefisien Regresi Empathy

X₁ = Tangibles

X₂ = Reliability

X₃ = Assurance

X₄ = Responsiveness

X₅ = Empathy

e = Varians Pengguna

2. Uji Parsial (Uji - t)

Uji parsial (Uji t) ini untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah X₁, X₂, X₃, X₄, X₅, dan X₆ berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan

Konsumen) secara terpisah atau parsial. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

Ho : Variabel-variabel bebas (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen)

H1 : Variabel-variabel bebas (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a. Apabila angka probabilitas signifikansi > 0.05 , maka Ho diterima dan Ha ditolak.
- b. Apabila angka probabilitas signifikansi < 0.05 , maka Ho ditolak dan Ha diterima.

4. Uji Signifikansi Simultan (Uji - f)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah:

Ho : Variabel-variabel bebas yaitu: (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*, dan dimensi kualitas jasa) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

H1 : Variabel-variabel bebas yaitu: (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*, dan dimensi kualitas jasa) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a. Apabila probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
- b. Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nilai nol dan satu. Nilai R^2 yang amat kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen *memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variasi dependen.*