

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN STAFF TERHADAP KEPUASAN
PASIEN RAWAT JALAN DI RUMAH SAKIT
UMUM H. ADAM MALIK MEDAN**

SKRIPSI

**OLEH :
MUHAMMAD FAUZAN RANGKUTI
NIM : 10 832 0177**



**JURUSAN EKONOMI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2015**

**Judul : Analisis Kualitas Pelayanan Staff Terhadap
Kepuasan Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit
Umum H. Adam Malik Medan**

Nama Mahasiswa : Muhammad Fauzan Rangkuti

No. Stambuk : 10 832 0177

Jurusan : Manajemen

**Menyetujui
Komisi Pembimbing**

Pembimbing I

Pembimbing II

(Herry Syahrial, ST, M.Si)

(Syahriandy, SE, M.Si)

Mengetahui

Ketua Jurusan

Pembimbing II

(Adelina Lubis, SE, M.Si)

(Drs. Ihsan Effendi, SE, M.Si)

Tanggal Lulus :

2016

ABSTRAK

Dalam penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit H. Adam Malik Medan”, penulis meneliti apakah ada hubungan yang positif antara kualitas jasa dan kepuasan dengan loyalitas pasien rawat jalan rumah sakit H. Adam Malik Medan.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui: Kualitas pelayanan rawat jalan yang diterapkan di Rumah Sakit H. Adam Malik Medan, Kepuasan pasien terhadap loyalitas Rumah Sakit H. Adam Malik Medan, dan Besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien rawat jalan dan rawat inap Rumah Sakit H. Adam Malik Medan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif melalui pendekatan survey. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode *probability sampling*, yaitu suatu teknik penarikan sampel yang memberikan kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel. Dengan ukuran populasi (N) = 41024, maka jumlah pasien rawat inap yang akan dijadikan responden dihitung menggunakan rumus Slovin (Suliyanto, 2006:100) jumlah responden penelitian ini dengan tingkat kesalahan sebesar 10% (tingkat kepercayaan 90 %) adalah 100 responden.

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi rank spearman didapat sebesar 0,766 artinya variabel kualitas pelayanan (X_1), dan kepuasan (X_2) memiliki keeratan hubungan yang kuat dengan Loyalitas Pasien (Y) Rawat Jalan Rumah Sakit H. Adam Malik Medan. Perhitungan koefisien determinasi dalam persen diperoleh hasil sebesar 58,6%, artinya variabel kualitas pelayanan (X_1), dan kepuasan (X_2) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pasien, sebesar 58,6% dan sisanya 41,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Dari hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa nilai F_{hitung} (68,740) > F_{tabel} (3, 232) artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian kualitas pelayanan (X_1), dan kepuasan (X_2) berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien (Y) Rawat Jalan Rumah Sakit H. Adam Malik Medan.

Kata Kunci: kualitas, kepuasan, loyalitas, pelayanan

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	ii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Rumah Sakit.....	11
1. Pengertian Rumah Sakit.....	11
B. Kualitas Pelayanan.....	12
1. Definisi Kualitas Pelayanan.....	12
2. Dimensi Kualitas pelayanan	14
3. Model Kualitas Pelayanan	18
4. Faktor-faktor Buruknya Kualitas Pelayanan.....	19
C. Kepuasan Pelanggan	21
1. Definisi Kepuasan Pelanggan	21
2. Alat untuk Mengukur Kepuasan Pelanggan	23
3. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	24
4. Mengukur Kepuasan Pasien di Rumah Sakit.....	25

B. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Pasien Rawat Jalan Rumah sakit Adam Malik Medan	54
C. Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pasien Rawat Jalan Rmuah Sakit Adam Malik Medan.....	60
D. Analisa Tentang Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Adam Malik Medan	62
1. Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	64
E. Pengaruh Kualitas dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Adam Malik Medan	67
1. Analisis Determinasi.....	68
2. Analisis Regresi Berganda.....	68
3. Pengujian Hipotesis	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
Lampiran	

Daftar Tabel

Tabel 1.1	7
Tabel 2.1	19
Tabel 2.2	22
Tabel 2.3.....	32
Tabel 3.1.....	35
Tabel 3.2	38
Tabel 3.3	47
Tabel 4.1 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2 Kategori Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.3 Kategori Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.4 Kategori Responden Berdasarkan Pendidikan	53
Tabel 4.5 Kategori Responden Berdasarkan Pendapatan	53
Tabel 4.6 Tanggapan responden mengenai Keramahan, kesopanan, dan kerapihan dokter, perawat dan karyawan Rumah sakit Adam Malik Medan	54
Tabel 4.7 Tanggapan responden mengenai Karyawan Rumah sakit Adam Malik Medan mampu memberikan prosedur pelayanan dengan baik	55
Tabel 4.8 Tanggapan responden mengenai Karyawan Rumah sakit Adam Malik Medan cepat dalam melayani dan mengatasi masalah konsumen/pasien.....	56

Tabel 4.9 Tanggapan responden mengenai Staf Rumah sakit Adam Malik Medan mempunyai kemampuan yang baik dimata konsumen.....	57
Tabel 4.10 Tanggapan Responden mengenai Pelayanan Karyawan Rumah sakit Adam Malik Medan Ramah pada Konsumen.....	58
Tabel 4.11 Analisa Tanggapan Responden Mengenai kualitas pelayanan Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Adam Malik Medan	59
Tabel 4.12 Tanggapan responden tentang Kualitas jasa yang responden dapatkan di rumah sakit Adam Malik Medan lebih dari yang responden harapkan.....	60
Tabel 4.13 Tanggapan responden tentang Berobat di rumah sakit Adam Malik Medan ini merupakan sesuatu hal yang sangat memuaskan	61
Tabel 4.14 Analisa Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Adam Malik Medan	61
Tabel 4.15 Uji Validitas variabel X ₁ (Kualitas Pelayanan) r Tabel (df = 100;0,05) = 0,195.....	64
Tabel 4.16 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel X ₂ (Kepuasan) Item-Total Statistics	65
Tabel 4.17 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Y (Loyalitas) Item-Total Statistics	66
Tabel 4.18 Uji Reliabilitas Variabel X ₁ Reliability Statistics.....	66
Tabel 4.19 Uji Reliabilitas Variabel X ₂ Reliability Statistics	66
Tabel 4.20 Uji Reliabilitas Variabel Y Reliability Statistics	66

Tabel 4.21 Koefisien Korelasi dan Determinasi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Adam Malik Medan Model Summary	67
Tabel 4.22 Analisis Regresi Berganda Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Adam Malik Medan Coefficients	69
Tabel 4.23 Uji Hipotesis F Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Adam Malik Medan ANOVA	70

5. Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen	28
D. Penelitian Terdahulu	31
E. Kerangka Toritis	22
F. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Metodologi Penelitian	34
B. Populasi dan Sampel	35
1. Populasi Penelitian	35
2. Sampel	35
C. Operasional Variabel Penelitian	37
D. Sumber Data	40
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Pengujian Instrumen	42
1. Uji Validitas	42
2. Uji Reliabilitas	44
G. Analisis Data	45
H. Hipotesis	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Hasil Penelitian	51
1. Gambaran Umum Responden	51

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini sektor jasa telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, seperti yang terjadi pada industri jasa Perhotelan, Asuransi, Perbankan, Penerbangan, Pariwisata dan Telekomunikasi. Demikian pula pada industri jasa kesehatan, apakah itu Rumah Sakit maupun Puskesmas, agar usaha tersebut bisa hidup dan berkembang diperlukan pengetahuan tentang pelayanan pasien yang baik. Di Indonesia, dunia kesehatan mengalami perkembangan yang sangat signifikan dan memiliki prospek yang cukup bagus. Sehingga kondisi seperti ini membuat persaingan menjadi semakin kompetitif. Oleh karena itu setiap perusahaan yang bergerak dalam industri jasa kesehatan harus mampu menggunakan berbagai cara agar dapat menarik pelanggan melalui kualitas pelayanannya.

Industri jasa kesehatan bukan hanya mengenai masalah penyembuhan terhadap suatu penyakit namun juga fokus terhadap tindakan pencegahan penyakit dan peningkatan kualitas kesehatan masyarakat ke arah yang lebih baik lagi. Maraknya penyakit menular yang masih menjadi masalah kesehatan masyarakat di Indonesia akan sulit diatasi apabila masyarakat dan penyedia jasa kesehatan hanya fokus pada penyembuhan penyakit daripada upaya menjaga kesehatan dan penanggulangan/pencegahan penyakit. Karena itu perlu dilakukan

tindakan yang mengutamakan pencegahan sebagai perwujudan semangat mencegah lebih baik daripada mengobati.

Semakin tingginya tingkat pendidikan masyarakat menyebabkan masyarakat semakin sadar akan pentingnya kualitas. Masyarakat cenderung menuntut pelayanan kesehatan yang lebih baik dan cepat. Hal ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat bukan hanya antara sesama rumah sakit namun juga dengan puskesmas dan klinik kesehatan di kota-kota maupun di daerah yang semakin banyak jumlahnya. Banyak penyedia jasa kesehatan yang menyadari hal tersebut, sehingga mau tidak mau mereka harus mewujudkan kepuasan pelanggan tersebut dalam berbagai strategi agar dapat mempertahankan pelanggan. Sebagai pelayanan kesehatan masyarakat umum, Rumah Sakit memiliki masalah utama yaitu mengenai pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan pasien atau tidak. Oleh karena itu, pihak Rumah Sakit dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan pasien dengan meningkatkan kualitas pelayanannya.

Menurut Azwar (1996), pelayanan kesehatan yang bermutu adalah pelayanan kesehatan yang dapat memuaskan setiap pemakai jasa pelayanan kesehatan sesuai dengan tingkat kepuasan rata-rata penduduk serta yang penyelenggaraannya sesuai dengan standar dan kode etik profesi yang telah ditetapkan.

Pihak Rumah Sakit perlu memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan pasien, dengan pelayanan yang sesuai maka harapan pasien terhadap pelayanan suatu jasa dapat terpenuhi atau bahkan melebihi harapannya, sehingga menimbulkan kepuasan dalam diri pasien. Rumah Sakit perlu

mengetahui bagaimana cara melayani pasien yang efektif dan cepat. Pelayanan jasa telah berorientasi pada pasien karena ukuran persepsi kualitas bukan berada pada pandangan penyedia jasa kesehatan namun terletak pada diri pasien. Apabila pelayanan yang diterima oleh pasien sesuai dengan yang di harapkan maka pelayanan tersebut dapat dikatakan baik. Dalam mencapai tujuan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pasien maka perlu diperhatikan hal yang berperan penting dalam menentukan persepsi kualitas pasien antara lain meliputi fasilitas, peranan dokter , tenaga medis dan perawat. Selain meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen, Rumah Sakit juga perlu memikirkan tentang harga pelayanannya.

Harga yang ditetapkan haruslah tepat atau sesuai di mata konsumen, karena harga yang tidak sesuai atau terlalu mahal malah justru akan membuat konsumen pindah ke pelayanan kesehatan lain. Rumah Sakit merupakan penyedia layanan kesehatan yang menjadi pilihan masyarakat, Khususnya masyarakat menengah ke atas.

Karena itu harga yang ditetapkan pada umumnya terjangkau sesuai kemampuan ekonomi masyarakat setempat. Masyarakat berpikir bahwa Rumah Sakit yang diharapkan dapat memberikan pelayanan kesehatan yang mudah, murah, dan efisien. Apabila harga terlalu mahal maka banyak pasien yang akan mengeluh. Harga yang mahal juga akan membuat pasien meningkatkan harapan terhadap kualitas layanan yang akan mereka terima semakin baik. Jika harapan tersebut tidak dapat dipenuhi oleh rumah sakit maka pasien akan kecewa lalu menimbulkan keluhan.

Selain kualitas layanan dan harga, hal yang tidak kalah penting agar jasa dapat disampaikan dengan baik oleh Rumah Sakit yaitu keberadaan fasilitas penunjang pelayanan kesehatan. Keberadaan fasilitas seperti kotak saran dan keluhan akan membantu Rumah Sakit dalam memperoleh informasi mengenai hal-hal apa saja yang diinginkan dan menjadi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan lebih mudah menyampaikan hal yang menjadi ketidakpuasannya dalam memperoleh pelayanan.

Peningkatan sarana dan prasarana Rumah Sakit juga perlu dilakukan untuk mencegah munculnya hambatan dalam pemberian pelayanan kesehatan yang berkualitas. Dengan peningkatan sarana dan prasarana diharapkan rumah sakit mampu mengantisipasi berbagai kendala teknis di lapangan yang dihadapi oleh pasien dalam mendapatkan pelayanan yang berkualitas.

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan (Lupiyoadi, 2001). Kepuasan pelanggan merupakan salah satu unsur yang sangat penting bagi pelanggan dalam mengkonsumsi suatu jasa. Kepuasan konsumen merupakan syarat yang harus dipenuhi perusahaan agar mampu sukses menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali menggunakan jasa yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa kepada orang lain (Lupiyoadi, 2001). Namun apabila pelanggan tidak merasa puas maka sangat mungkin pasien akan pindah ke penyedia layanan kesehatan lain. Selain itu pelanggan juga

mungkin akan menceritakan pengalamannya kepada orang lain yang justru dapat menimbulkan citra buruk di mata pelanggan.

Rumah Sakit memiliki peranan penting yaitu mendukung tercapainya tujuan pembangunan kesehatan nasional, yakni meningkatkan kesadaran, kemauan, dan kemampuan hidup sehat bagi setiap orang yang bertempat tinggal di wilayah kerja Rumah Sakit agar terwujud derajat kesehatan yang setinggi – tingginya dalam rangka mewujudkan Indonesia Sehat 2015. Rumah Sakit Umum. H. Adam Malik Medan merupakan Rumah Sakit yang memiliki Misi “Melaksanakan Pendidikan, Pelatihan dan Penelitian Kesehatan yang Profesional. Melaksanakan Kegiatan Pelayanan dengan Prinsip Efektif, Efisien, Akuntabel dan Mandiri. Melaksanakan Pelayanan Kesehatan yang Paripurna, Bermutu dan Terjangkau”

MOTTO

Mengutamakan keselamatan pasien dengan pelayanan **PATEN** :

P : elayanan cepat

A : kurat

T : erjangkau

E : fisien

N : yaman Secara Struktural

Rumah Sakit Umum. H. Adam Malik Medan merupakan Unit Pelaksana Teknis (UPT) di Lingkungan Departemen Kesehatan. Rumah Sakit Umum. H. Adam Malik Medan berlokasi di Jl. Bunga Lau No. 17 Medan, Sumatera Utara, Indonesia Rumah Sakit Umum. H. Adam Malik Medan memiliki fasilitas yang lengkap antara lain: Rawat Jalan, Rawat Inap, Rawat Intensif, Rawat Darurat,

Unit Penyakit Jantung dan Pembuluh Darah, Unit Geriatri, Paviliun Garuda dan Rehabilitasi Medik. Serta Fasilitas Penunjang antara lain: Radiologi, Pusat Diagnostik Klinik, Laboratorium dan Farmasi.

Pelayanan Rawat Jalan yang sudah ada di RSUP H. Adam Malik sebagai berikut :

- Poliklinik Penyakit Dalam
- Poliklinik Bedah
- Poliklinik Bedah Saraf
- Poliklinik Bedah Orthopedi
- Poliklinik Kesehatan Anak
- Poliklinik Obstetri & Ginekologi
- Poliklinik Saraf
- Poliklinik Jiwa
- Poliklinik T.H.T
- Poliklinik Mata
- Poliklinik Kulit dan Kelamin
- Poliklinik Gigi dan Mulut
- Poliklinik Kardiologi
- Poliklinik Paru-paru
- Poliklinik Rumatan Metadone
- Poliklinik Rehabilitasi Medik / Psikologi
- Poliklinik Radio Therapi
- Klinik Eksekutif
- Poliklinik Khusus HIV / VCT Posyansus
- Poliklinik Khusus Kecantikan
- Pelayanan Hemodialisa
- Pelayanan Cath Lab
- Pelayanan Geriatri
- Poliklinik MDR
- Pelayanan Kedokteran Nuklir
- Pelayanan Medical Check Up

Data jumlah Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Umum. H. Adam Malik Medan Medan tahun 2011 sampai dengan bulan Maret 2014 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

Tabel Data Jumlah Pasien Rawat Jalan RS Umum. H. Adam Malik Medan

TAHUN	RAWAT JALAN
2011	12286
2012	11970
2013	8819
2014	7949
JUMLAH	41024

Sumber: Data Arsip RS Umum. H. Adam Malik Medan , 2015

Dari data diatas dapat dilihat terjadinya penurunan dan kenaikan pada pelayanan rawat jalan. Adanya masalah pada kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa yaitu dimana dokter kurang memenuhi standar kinerja yang sudah ditetapkan, seperti dokter tidak ada ditempat ketika pasien membutuhkan jasa dokter untuk mendengarkan keluhan dan masalah kesehatan yang dimiliki pasien. Sedangkan, penurunan yang terjadi pada pelayanan rawat inap adanya masalah pada kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen yaitu pada pihak manajemen rumah sakit Adam Malik Medan mengutamakan suasana kenyamanan dan fasilitas dari rawat Jalan tanpa melihat harapan pasien yang menginginkan kualitas pelayanan jasa dokter dan perawat yang baik untuk melayani pasien dengan cepat dan ada beberapa pelayanan yang kurang baik yaitu pelayanan disaat jam kerja malam dikarenakan lebih sedikit perawat jaga malam dibandingkan perawat yang bertugas dijam kerja pagi atau sore, dalam rawat Jalan fasilitas rumah sakit Adam Malik Medan mempunyai banyak saingan

yang memiliki fasilitas lebih baik seperti rumah sakit swasta yang fasilitasnya lebih baik dan memadai.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas maka dilakukan penelitian dengan mengambil judul **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN STAFF TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN DI RUMAH SAKIT UMUM H. ADAM MALIK MEDAN”**

B. Rumusan Masalah

Dalam bisnis jasa kesehatan, Rumah Sakit dituntut untuk secara konsisten melakukan pelayanan yang berkualitas agar pasien merasa tertarik dan tidak berpindah ke Rumah Sakit lain karena merasa puas telah menggunakan jasa yang di berikan Rumah Sakit. Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap Pelaksanaan kualitas pelayanan yang di berikan Rumah Sakit Adam Malik Medan.
2. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap Rumah Sakit Adam Malik Medan.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini diadakan adalah:

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap Pelaksanaan kualitas pelayanan yang di berikan Staf Rumah Sakit Adam Malik Medan.
2. Untuk mengetahui/mengukur kepuasan konsumen terhadap pelayanan Rumah Sakit Adam Malik Medan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi pihak yang berkaitan yaitu :

1. Bagi Rumah Sakit, dengan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan pertimbangan untuk mengadakan evaluasi bagi Rumah Sakit Umum. H. Adam Malik Medan dalam meningkatkan kepuasan pasien.
2. Bagi peneliti, sebagai bahan masukan bagi para peneliti yang akan mengadakan penelitian lebih mendalam tentang kepuasan pasien dan faktor-faktor yang mempengaruhinya di bidang jasa Rumah Sakit.
3. Bagi konsumen dan pembaca, Sebagai sumbangan pustaka dan bahan tambahan pengetahuan mengenai kegiatan pemasaran khususnya tentang kepuasan pasien.

E. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Bab ini memuat uraian tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini memuat uraian tentang landasan teori dan bahasan-bahasan hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini memuat deskripsi tentang bagaimana penelitian dilakukan secara operasional, variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan

sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini memuat uraian tentang hasil yang diperoleh dalam penelitian dan pembahasannya yang meliputi deskripsi obyek penelitian, analisis data serta pembahasannya.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab ini memuat uraian tentang kesimpulan-kesimpulan dari hasil penelitian yang di dapat serta saran –saran terhadap hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Rumah Sakit

Dalam upaya meningkatkan derajat kesehatan masyarakat, rumah sakit mempunyai peranan yang sangat penting, terutama di dalam memberikan jasa pelayanan kesehatan. Rumah sakit merupakan suatu bentuk organisasi sosial ekonomi yang memiliki tujuan utama untuk memberikan jasa pelayanan di bidang kesehatan, baik dalam bentuk pemeriksaan, perawatan, pengobatan, tindakan medis, dan tindakan diagnosa lainnya yang dibutuhkan oleh pasien. Untuk lebih jelas kita perlu mengetahui lebih lanjut dari pengertian rumah sakit.

1. Pengertian Rumah Sakit

Berdasarkan jenis usahanya, rumah sakit merupakan suatu sarana di bidang kesehatan yang memberikan pelayanan baik di bidang medis maupun non medis dalam rangka meningkatkan derajat kesehatan masyarakat.

Sebagai organisasi nirlaba, rumah sakit umum berusaha memberikan pelayanan dan perawatan kesehatan semaksimal mungkin kepada masyarakat. Hal ini merupakan salah satu bagian dari fungsi rumah sakit. Pengertian Rumah Sakit menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 340 / Menkes / Per/ III / 2010 adalah sebagai berikut :

“Rumah Sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan Pelayanan Rawat Inap, Rawat Jalan, Dan Gawat Darurat”.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari definisi di atas adalah bahwa rumah sakit mempunyai fungsi memberikan pelayanan medis dan para medis juga sebagai tempat pendidikan dan atau latihan tenaga medis dan para medis serta tempat penelitian dan pengembangan ilmu teknologi di bidang kesehatan dan tujuannya didirikannya rumah sakit adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam bidang kesehatan.

Menurut UU No. 44 Tahun 2009, rumah sakit mempunyai fungsi:

- a. penyelenggaraan pelayanan pengobatan dan pemulihan kesehatan sesuai dengan standar pelayanan rumah sakit
- b. pemeliharaan dan peningkatan kesehatan perorangan melalui pelayanan kesehatan yang paripurna sesuai kebutuhan medis
- c. penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan sumber daya manusia dalam rangka peningkatan kemampuan dalam pemberian pelayanan kesehatan
- d. penyelenggaraan penelitian dan pengembangan serta penapisan teknologi bidang kesehatan dalam rangka peningkatan pelayanan kesehatan dengan memperhatikan etika ilmu pengetahuan bidang kesehatan.

B. KUALITAS PELAYANAN

1. Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu

memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan service quality yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml (dalam Lupiyoadi, 2006: 181). Service Quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Service Quality dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan.

Menurut Wyckof (dalam Wisnalmawati, 2005:155) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk (Tjiptono, 2005:121). Mengacu pada pengertian kualitas layanan tersebut maka konsep kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1997) dalam Wisnalmawati (2005:156). Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan.

Kualitas layanan mengacu pada penilaian - penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Roesanto, 2000) dalam Nanang Tasunar (2006:44). Oleh karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, organisasi harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya (Suratno dan Purnama, 2004:74).

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Pelayanan memainkan peranan yang sangat penting karena merupakan aktivitas pendukung dalam kegiatan pemasaran. Kualitas pelayanan merupakan perbedaan antara kenyataan dengan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima. Dalam bisnis jasa kualitas pelayanan menjadi kunci keberhasilan perusahaan. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006:182), yaitu:

- a. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.

- b. Reliability, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. Responsiveness, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. Assurance, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
- e. Empathy, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Menurut Garvin dalam Tjiptono dan Chandra (2005:113) mengembangkan delapan dimensi kualitas, yaitu:

- a. Kinerja (*performance*) yaitu mengenai karakteristik operasi pokok dari produk inti. Misalnya bentuk dan kemasan yang bagus akan lebih menarik pelanggan.

- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (features), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- c. Keandalan (reability), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- d. *Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specifications)*. Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Seperti halnya produk atau jasa yang diterima pelanggan harus sesuai bentuk sampai jenisnya dengan kesepakatan bersama.
- e. Daya tahan (durability), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Biasanya pelanggan akan merasa puas bila produk yang dibeli tidak pernah rusak.
- f. Serviceability, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misalnya kemasan produk dengan warna-warna cerah, kondisi gedung dan lain sebagainya.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (perceived quality), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Sebagai contoh merek yang lebih dikenal masyarakat (*brand image*) akan lebih dipercaya dari pada merek yang masih baru dan belum dikenal.

Bila menurut **Hutt dan Speh** dalam Nasution (2004: 47) Kualitas pelayanan terdiri dari tiga dimensi atau komponen utama yang terdiri dari :

- a. Technical Quality, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output yang diterima oleh pelanggan. Bisa diperinci lagi menjadi :
 - 1) Search quality, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya: harga dan barang.
 - 2) Experience quality, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengkonsumsi jasa atau produk. Contohnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, dan ke rapihan hasil.
 - 3) Credence quality, yaitu sesuatu yang sukar dievaluasi pelanggan, meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa.
- b. Functional quality, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.
- c. Corporate image, yaitu yaitu profit, reputasi, citra umum, dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

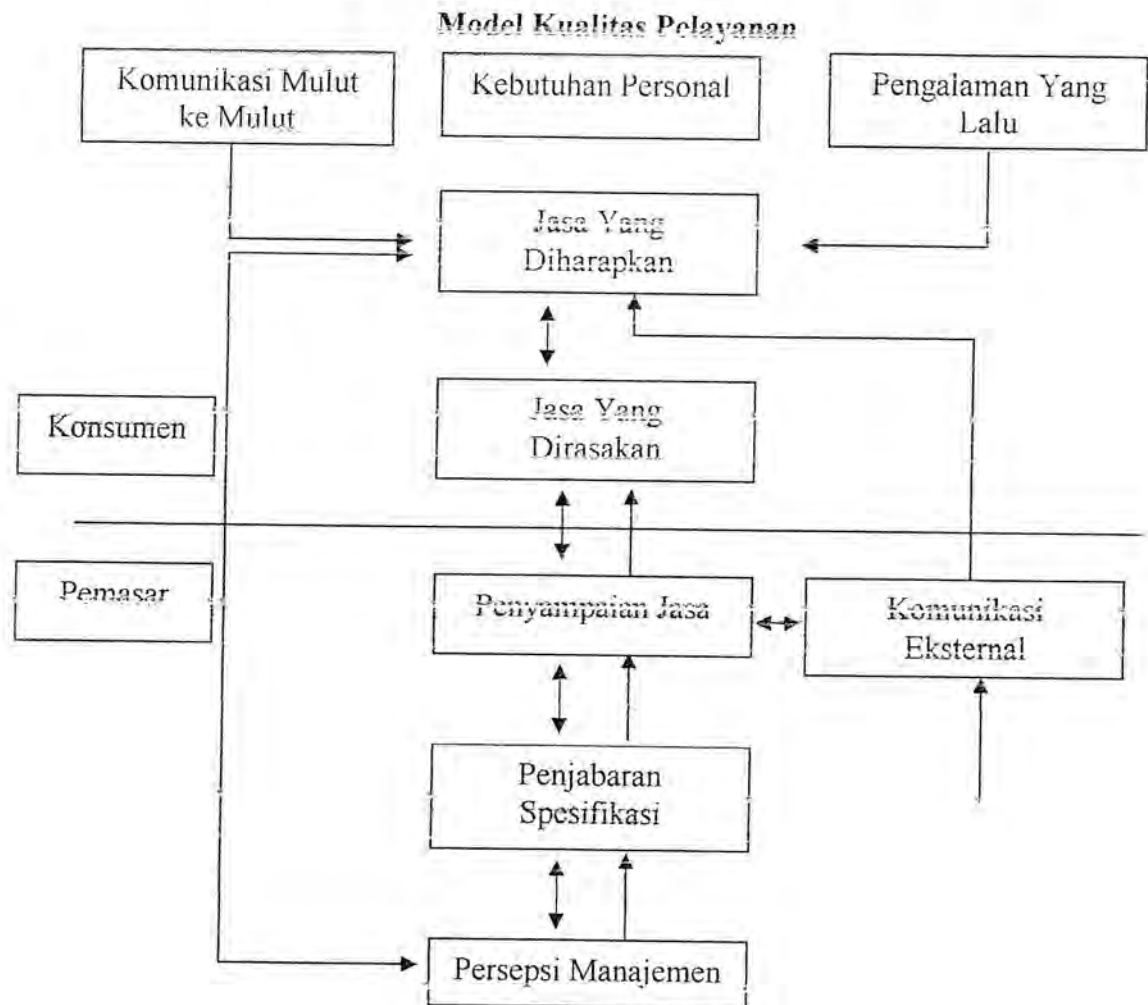
Dari beberapa pendapat para ahli tentang dimensi kualitas pelayanan, dapat disimpulkan beberapa dimensi yang kredibel yaitu dengan memenuhi syarat agar sebuah pelayanan memungkinkan untuk menimbulkan kepuasan pelanggan. Adapun dimensi-dimensi tersebut yaitu: Tangibles atau bukti fisik, Reliability atau keandalan Responsiveness atau ketanggapan, Assurance atau jaminan/kepastian, Empathy atau kepedulian.

3. Model Kualitas Pelayanan

Menurut Berry, Parasuraman, Zetithaml yang di kutip oleh Kotler Keller (2007:55) merumuskan model kualitas pelayanan yang di perlukan pada industri jasa. Pada model tersebut mengidentifikasi lima kesenjangan yang mengakibatkan ketidakberhasilan penyerahan jasa :

1. **Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen.**
Manajemen tidak selalu memahami dengan tepat apa yang di inginkan pelanggan.
2. **Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa.**
Manajemen mungkin memahami dengan tepat keinginan-keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standar kinerja.
3. **Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyerahan jasa.**
Karyawan mungkin kurang terlatih, tidak mampu atau tidak mau mematuhi standar, atau mereka kurang mungkin di hadapkan pada standar yang saling bertentangan, seperti menyediakan waktu untuk mendengarkan pelanggan dan melayani mereka dengan cepat.
4. **Kesenjangan antara penyerahan jasa dan komunikasi eksternal.**
Harapan – harapan konsumen di pengaruhi pernyataan – pernyataan yang dikeluarkan perwakilan dan iklan perusahaan.
5. **Kesenjangan antara persepsi jasa dan jasa yang diharapkan.**
Kesenjangan ini terjadi apabila konsumen tersebut memiliki persepsi yang keliru tentang mutu jasa tersebut.

Gambar. 2.1



Sumber : Tciptono (2008: 147)

4. Faktor – faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan

Untuk menarik konsumen maka sebuah perusahaan baik perusahaan jasa atau produk wajib memberikan suatu kualitas jasa yang baik untuk konsumennya. Namun terkadang perusahaan belum bisa melakukan hal tersebut dikarenakan masih ada beberapa faktor yang menyebabkan kualitas suatu jasa menjadi buruk.

Faktor – faktor tersebut meliputi :

1. *Produksi dan Konsumsi yang terjadi secara simultan*

Salah satu karakteristik jasa yang penting adalah Inseparability, artinya jasa diproduksi dan di konsumsi pada saat yang bersamaan. Beberapa kekurangan yang mungkin ada pada karyawan pemberi jasa dan dapat berpengaruh terhadap persepsi pelanggan pada kualitas jasa misalnya :

- a. Tidak terampil dalam melayani pelanggan
- b. Cara berpakaian tidak sesuai.
- c. Tuturkatanya tidak sopan dan kurang menyenangkan.

2. *Intensitas tenaga kerja yang tinggi.*

3. Dukungan terhadap pelanggan internal (pelanggan perantara) kurang memadai.

4. *Kesenjangan – kesenjangan komunikasi* Kesenjangan komunikasi yang sering terjadi :

- a. Perusahaan memberikan janji yang berlebihan, sehingga tidak dapat memenuhinya.
- b. Perusahaan tidak bisa selalu menyajikan informasi terbaru kepada pelanggan, misalnya yang berkaitan dengan perubahan prosedur/aturan.

5. *memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama karena* pelanggan adalah manusia yang bersifat unik, karena memiliki perasaan dan emosi.

6. *Perluasan atau pengembangan jasa secara berlebihan.*

7. Visi bisnis jangka pendek.

C. Kepuasan Pelanggan

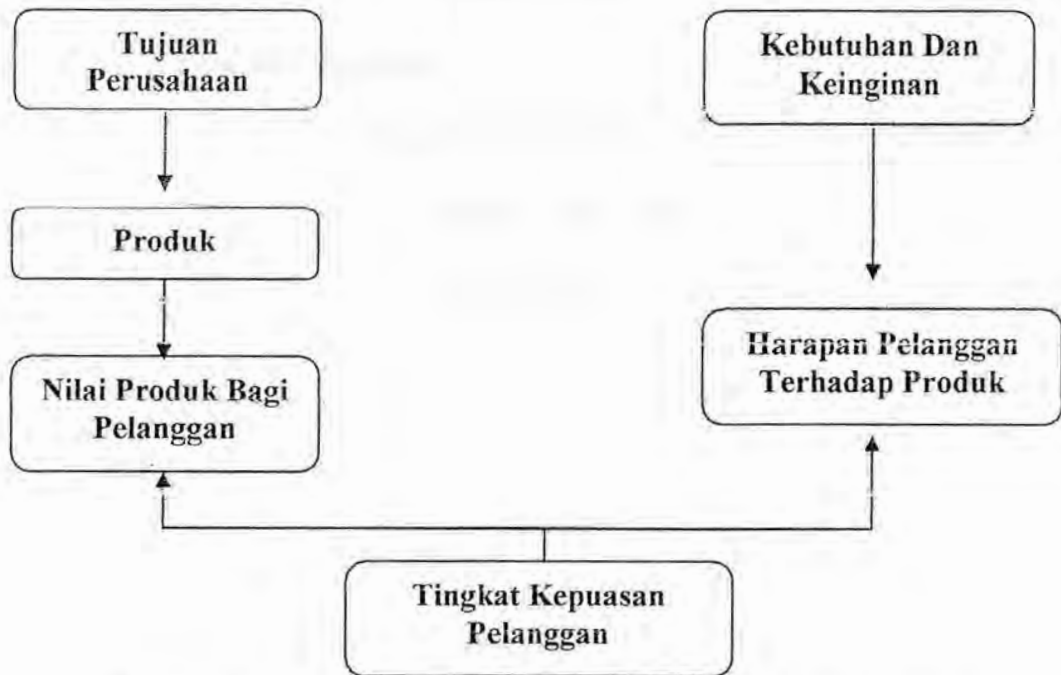
1. Definisi Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler dkk, 2007 :177).

Sedangkan Tse dan Wilton (1988) dalam Lupiyoado (2006)) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002:30). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Gambar 2.2

Konsep Kepuasan Pelanggan

Sumber Fandy Tciptono (2006), Manajemen Dasa Yogyakarta
Penerbit Andy Offset,P.147

Dari berbagai pendapat yang dilontarkan para ahli bisa disimpulkan *definisi kepuasan pelanggan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.*

2. Alat untuk Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Philip Kotler (2005:72) alat yang dapat digunakan untuk melacak dan mengukur kepuasan konsumen adalah :

1. Sistem keluhan dan saran

Sistem organisasi yang berpusat pada pelanggan mempermudah para konsumen atau pelanggannya guna memasukan saran dan keluhan. Contoh dengan menyediakan nomer telepon bebas pulsa, situs web, e-mail untuk arah komunikasi 2 arah yang tepat

2. Survey kepuasan konsumen atau pelanggan

Seumlah penelitian menunjukkan bahwa walaupun para pelanggan kecwa pada satu dari empat pembelian, kurang dari 5 % yang akan mengadakan keluhan. Kebanyakan pelanggan akan membeli lebih sedikit atau berpindah pemasok. Perusahaan yang tanggap mengukur kepuasan pelanggan akan secara langsung dengan melakukan survey, guna mengukur minat beli ulang dan mengukur kesedian merekomendasikan perusahaan dan merk ke orang lain.

3. Belanja siluman

Perusahaan dapat membayar orang untuk berpera sebagai calon pembeli guna melaporkan titik kuat dan lemah yang dialami sewaktu membeli produk perusahaan dan pesaing. Pembelanjaan misterius ini dapat cara penjualan karyawan diperusahaan itu menangani berbagai situasi. Para manejer itu sendiri harus keluar dari kantor masuk ke situasi penjualan di perusahaannya dan pesaingnya dengan cara menyamar, untuk mengetahui

langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya

4. Analisis pelanggan yang hilang

Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang berhenti atau yang telah beralih ke perusahaan lain, guna mempelajari alasan kejadian itu. Dan supaya dapat mengambil kebijakan atau penyempurnaan selanjutnya. Serta yang penting jua adalah memantau tingkat kehilangan pelanggan.

Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya pelanggan ke perusahaan pesaing. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggan jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat.

3. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut (Martilla dan James, 1977) yang di kutip oleh Tjiptono (2008:35) menyatakan bahwa, Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut :

1. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti "Ungkapkan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan PT

Chandra pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas” (*directly reported satisfaction*).

2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*).
3. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).
4. Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing - masing elemen importance / performance ratings).

Teknik ini dikenal pula dengan istilah *importance-performance analysis*.

4. Mengukur Kepuasan Pasien di Rumah Sakit

Kepuasan pasien adalah indikator pertama dari standar suatu rumah sakit dan merupakan suatu ukuran mutu pelayanan. Kepuasan pasien yang rendah akan berdampak terhadap jumlah kunjungan yang akan memengaruhi provitabilitas rumah sakit, sedangkan sikap karyawan terhadap pasien juga akan berdampak terhadap kepuasan pasien dimana kebutuhan pasien dari waktu ke waktu akan meningkat, begitu pula tuntutan akan mutu pelayanan yang diberikan (Tjiptono dan Chandra, 2005).

Kebutuhan konsumen kesehatan amat bervariasi. Secara umum, kebutuhan konsumen kesehatan adalah kebutuhan terhadap akses layanan kesehatan, layanan yang tepat waktu, layanan yang efektif dan efisien, layanan yang layak dan tepat, lingkungan yang aman serta penghargaan dan penghormatan. Sementara itu terdapat kebutuhan khusus konsumen, antara lain kesinambungan layanan kesehatan dan kerahasiaan. Hal-hal tersebutlah yang memengaruhi kepuasan konsumen di sarana pelayanan kesehatan (Tjiptono dan Chandra, 2005).

Sarana pelayanan kesehatan sekarang ini harus mengikuti kebutuhan dan kepuasan konsumennya. Dengan pendekatan jaminan mutu layanan kesehatan, kepuasan adalah bagian integral dan menyeluruh dari kegiatan jaminan mutu layanan kesehatan. Artinya, pengukuran tingkat kepuasan harus menjadi kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari pengukuran mutu layanan kesehatan.

Konsekuensi dari pola pikir yang demikian adalah dimensi kepuasan konsumen menjadi salah satu dimensi mutu layanan kesehatan yang penting. Kepuasan dirasakan oleh seseorang yang telah mengalami suatu hasil (*out come*) yang sesuai dengan harapannya. Jadi kepuasan merupakan fungsi dari tingkat harapan yang dirasakan dari hasil kegiatan. Apabila suatu hasil kegiatan melebihi harapan seseorang, orang tersebut akan dikatakan mengalami tingkat kepuasan yang tinggi (*fully satisfied*). Apabila hasil kerja tersebut sama dengan yang diharapkan, seseorang dikatakan puas (*satisfied*). Akan

tetapi apabila hasil tersebut jauh di bawah harapan, seseorang akan merasa tidak puas (*dissatisfied*).

Untuk memahami tingkat kepuasan terhadap pelayanan kesehatan, terlebih dahulu kita harus memahami apa harapannya terhadap sebuah pelayanan. Harapan dibuat berdasarkan pengalaman sebelumnya atau situasi yang sama, pernyataan yang dibuat oleh orang lain dan pernyataan yang dibuat oleh penyedia jasa pelayanan kesehatan (Kotler, 2003).

Konsumen memiliki hak untuk menyampaikan keluhannya terhadap pelayanan kesehatan yang diterimanya dan kemudian memberikan penilaian atas tanggapan yang diberikan oleh mereka yang menerima keluhan tersebut. Mekanisme *feed back* inilah yang kita harapkan akan meningkatkan mutu sarana pelayanan kesehatan. Pemahaman responden mengenai pelayanan kesehatan yang diterimanya akan menjadi sebuah perspektif kepada penentu keputusan di sarana pelayanan kesehatan supaya perspektif mengenai pelayanan kesehatan dari sudut pandangnya sebagai penyedia jasa dapat lebih dilengkapi lagi (Prastanika, 2007). Layanan kesehatan yang bermutu, tidak dapat melepaskan diri dari kenyataan akan pentingnya menjaga kepuasan pasien, termasuk dalam menangani keluhan yang disampaikan oleh pasien. Kepuasan adalah sebuah suasana batin yang seharusnya direbut oleh layanan kesehatan untuk memenangkan persaingan dalam konteks pelayanan kepada masyarakat. Bagi pelayanan kesehatan secara khusus rumah sakit, penurunan kepuasan akan dapat diikuti oleh penurunan loyalitas dan ini merupakan sebuah warning bagi rumah sakit (Irawan, 2007).

Kepuasan pasien, sangat berhubungan dengan kenyamanan, keramahan, dan kecepatan pelayanan. Kepuasan pasien, merupakan indikator yang berhubungan dengan jumlah keluhan pasien atau keluarga, kritik dalam kolom surat pembaca, pengaduan mal praktek, laporan dari staf medik dan perawatan dan sebagainya.

Kepuasan sering dikaitkan dengan mutu. Mutu berarti kepuasan pelanggan, baik internal maupun eksternal. Kepuasan tidak hanya bagi pelanggan ataupun pasien akan tetapi akan dirasakan oleh petugas kesehatan. Jika kepuasan petugas kesehatan terpenuhi, diharapkan akan dapat memberikan pelayanan yang memuaskan pasien ataupun pelanggan. Dalam bidang kesehatan mutu adalah terpenuhinya keinginan seseorang yang paling membutuhkan pelayanan kesehatan yang memuaskan pelanggan sesuai dengan tingkat kepuasan rata-rata pelanggan, serta diberikan sesuai dan etika profesi (Suryawati, 2006).

5. Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen

Konsumen yang menjadi puas dan loyal terhadap suatu barang dan jasa tertentu disebabkan oleh kualitas jasa yang baik dan memuaskan. Jika kualitas jasa yang diberikan baik dan memuaskan serta dapat memberikan keuntungan yang maksimal bagi konsumennya maka konsumen pun akan merasa loyal dan memberikan sikap positif kepada produsen (penyedia jasa) tersebut secara konsisten.

Kualitas jasa menurut Wykof yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2006,59), yaitu :

“Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Dengan terciptanya kepuasan pelanggan maka akan memberikan banyak manfaat bagi kedua belah pihak antara lain membina hubungan yang harmonis antara konsumen dengan perusahaan, memberikan dasar pembelian ulang dan terciptanya konsumen yang loyal, serta membentuk komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Apabila kualitas jasa yang diterima oleh konsumen lebih baik atau sama dengan yang konsumen bayangkan, maka konsumen cenderung akan puas dan mencobanya lagi.

Pengertian kepuasan menurut Kotler dkk, 2007 : 177 yaitu :

“Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”.

Pengertian Loyalitas menurut Oliver yang dikutip oleh Ratih Hurriyati (2010:127) sebagai berikut:

“Komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.”

Dalam hal ini, para konsumen akan melakukan konsumsi atau aktivitas yang sama dengan sebelumnya atau akan melakukan pemakaian jasa yang lebih besar lagi sehingga hubungan dengan konsumen yang bertahan lama untuk jangka panjang akan tercapai. Selain itu juga para konsumen akan cenderung menolak terhadap produk atau jasa rumah sakit dari para pesaing, serta memberikan referensi mengenai produk perusahaan kepada orang lain.

Adanya keterkaitan antara kualitas jasa terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen diungkapkan oleh Zethaml yang dikutip oleh Ponirin (2005;30) bahwa :

“Kepuasan dan loyalitas konsumen tergantung kepada tingkat dari kualitas jasa yang diberikan kepada konsumen dan mereka meyakini bahwa ada hubungan yang positif antara kualitas jasa konsumen dengan loyalitas konsumen”.

Dari definisi di atas terlihat jelas akan adanya hubungan yang positif antara kualitas jasa dengan kepuasan dan loyalitas konsumen. Dimana dengan peningkatan kualitas jasa yang dilakukan secara berkelanjutan oleh pihak perusahaan maka akan menimbulkan kepuasan dan loyalitas dari para konsumennya terhadap perusahaan dan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka ikatan seperti ini dapat membuat perusahaan untuk lebih memahami lebih seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka.

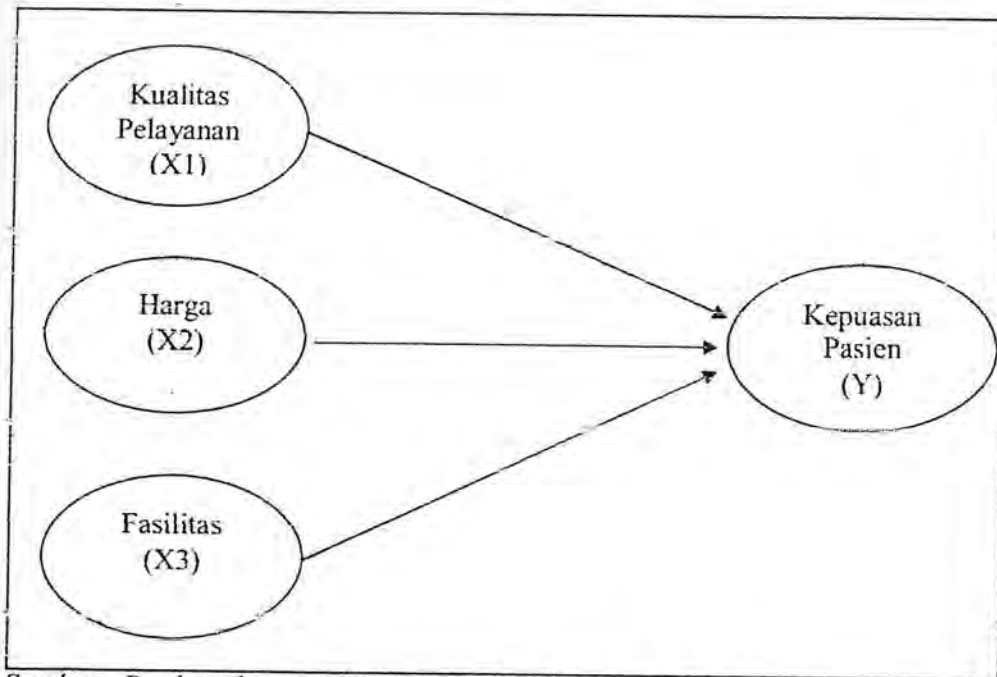
D. Penelitian Terdahulu

Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel		Alat Analisis	Hasil Penelitian
		Independen	Dependen		
Dodik Agung dan Tri Gunarsih (2004)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Perorangan dan Kelompok: Studi Kasus pada PD BPR BANK PASAR Kabupaten Karanganyar	Independen	Kualitas Pelayanan	Regresi linier berganda	Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah
		Dependen	Kepuasan Nasabah		
Atmawati dan Wahyuddin (2007)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Matahari Departement Store di Solo Grand Mall	Independen	Kualitas Pelayanan	Regresi logistik binari (binary logistic regression)	Semua variabel independen yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif terhadap
Dependen	Kepuasan Konsumen				

E. KERANGKA TEORITIS

Kerangka pemikiran Teoritis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran



Sumber : Berdasarkan penelitian yang dikembangkan, 2012

F. HIPOTESIS

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian yang masih akan diuji kebenarannya. Dalam penelitian ini hipotesis yang akan diajukan adalah sebagai berikut:

H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien

RawatJalan di Rumah Sakit H. Adam Malik Medan

H2 : Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien Rawat Jalan di

Rumah Sakit H. Adam Malik Medan

H3 : Fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien Rawat Jalan
di Rumah Sakit H. Adam Malik Medan

Fasilitas (X2)

Kualitas Pelayanan (X1)

Kepuasan Pasien (Y)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Menurut Mudrajat Kuncoro (2003:3) penelitian ilmiah merupakan usaha untuk mengungkapkan fenomena alami fisik secara sistematis, empirik dan rasional. Sistematis artinya proses yang digunakan melalui langkah-langkah tertentu yang bersifat logis. Empirik berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia dan rasional berarti kegiatan penelitian dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif melalui pendekatan survey. Muhammad Nazir (2005:55) mengungkapkan bahwa:

“Metode deskriptif adalah metode penelitian untuk membuat gambaran situasi atau kejadian, sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar belaka”

Menurut Singgih Santoso, dkk (2002:101), mengungkapkan bahwa metode verifikatif sebagai berikut :

“Metode dalam penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis sesuai dengan tujuan peneliti yang ingin dicapai”.

Menurut Sugiyono (2009 : 7), penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologi maupun psikologi.

Tujuan pendekatan survey adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat, serta karakter-karakter yang khas dari kasus ataupun status dari individu, yang kemudian dari sifat-sifat yang khas diatas akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Menurut Cooper & Schindler (2006: 714) "*Population is the elements about which we wish to make some inferences*". Berdasarkan pernyataan tersebut maka dapat diartikan populasi adalah seluruh elemen yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Adam Malik Medan. Jumlah populasi pada penelitian ini dihitung berpatokan pada jumlah pasien rawat Jalan di Rumah sakit Adam Malik Medan pada tahun 2011 sampai dengan 2014 seperti terlihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1

Tabel Data Jumlah Pasien Rawat Jalan RS Umum. H. Adam Malik Medan

TAHUN	RAWAT JALAN
2011	12286
2012	11970
2013	8819
2014	7949
JUMLAH	41024

2. Sampel

Menurut Cooper & Schindler (2006 : 717) "*sample is a group of cases, participants, events, or records consisting of portion of the target*

population, carefully selected to represent that population” Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat diartikan sampel adalah elemen populasi yang merupakan subyek pengukuran dari unit penelitian yang memberikan kesimpulan tentang seluruh populasi. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode non-probability sampling, yaitu metode yang tidak didasarkan pada mekanisme yang random dalam pemilihan sampel penelitian. Alasan peneliti melakukan penarikan sampel karena jumlah pasien Rawat Jalan yang sangat banyak, sehingga tidak mungkin untuk melakukan penelitian terhadap semua anggota populasi. Dengan ukuran populasi (N) = 41024, maka jumlah pasien Rawat Jalan yang akan dijadikan responden dihitung menggunakan rumus Slovin (Suliyanto, 2006:100):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan yang ditoleransi dalam pengambilan sampel

n = Jumlah sampel

Melalui rumus diatas dapat dihitung jumlah sampel minimum sebagai berikut:

$$n = \frac{41024}{1 + 41024 \times (0,1)^2} = 99,75 = 100$$

Maka berdasarkan perhitungan di atas, jumlah responden penelitian ini dengan tingkat kesalahan sebesar 10% (tingkat kepercayaan 90 %) adalah 100 responden.

C. Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2008), variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Mengacu pada pengertian tersebut, maka dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang akan diteliti, yaitu :

1. Variabel X1 sebagai variabel bebas (variabel independent) Yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya, dimana variabel ini adalah Kualitas Pelayanan.
2. Variabel X2 sebagai variabel bebas (variabel independent) Yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya, dimana variabel ini adalah Kepuasan Konsumen/Pasien
3. Variabel Y sebagai variabel terikat (variabel dependent) Yaitu variabel yang dipegaruhi oleh variabel independent, dimana variabel ini adalah Loyalitas Konsumen/Pasien

Dalam hal ini terdapat dua hubungan antara dua variabel, misalnya antara variabel Y dan X, maka jika variabel Y disebabkan oleh variabel X, maka variabel Y dinamakan variabel dependen dan variabel X dinamakan variabel bebas.

Variabel bebas adalah antecedent dan variabel dependen adalah konsekuensi. Variabel yang tergantung atas variabel lain dinamakan variabel dependen (Nazir 2003:124). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independent atau variabel X yaitu kualitas jasa dan kepuasan konsumen, sedangkan variabel dependent atau variabel Y yaitu loyalitas konsumen.

Berdasarkan variabel penelitian diatas maka operasional variabel dapat digambarkan dalam tabel 3.1 :

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Jasa (Variabel X1)	Kualitas Pelayanan atau Jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Fandy Tjiptono (2006;59)	Bukti fisik (Tangible)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi 2. Kenyamanan ruangan 3. Kebersihan 4. Kelengkapan Peralatan 5. Fasilitas Parkir 	Ordinal
		Kehandalan (Reliability)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan karyawan dalam menginformasikan mengenai fasilitas dengan jelas 2. Kerapihan penampilan karyawan 3. Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan 4. Kecepatan mengatasi masalah yang dikeluhkan konsumen 	Ordinal
		Empati (Emphaty)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemberian informasi jika ada pelayanan baru 2. Pelayanan yang ramah dan selalu tanggap 	Ordinal

			<p>terhadap pelanggan</p> <p>3. Pengenalan nama kepada pelanggan</p>	
		<p>Daya Tanggap (Responsiveness)</p>	<p>1. Kemudahan dalam menerima aduan yang dikeluhkan pelanggan</p> <p>2. Pelayanan yang cepat dan akurat</p> <p>3. Kemudahan dalam pemesanan reservasi</p>	Ordinal
		<p>Jaminan (Assurance)</p>	<p>1. Pesanan sesuai dengan yang diberikan</p> <p>2. Pengatahuan karyawan</p> <p>3. Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan</p> <p>4. Keamanan fasilitas pelayanan</p>	Ordinal
<p>Kepuasan Konsumen (Variabel X2)</p>	<p>Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kotler-Keller (2007:177)</p>		<p>1. Puas dengan keputusan berobat</p> <p>2. Kualitas jasa yang lebih baik dari yang diharapkan</p> <p>3. Pilihan berobat ke Rumah Sakit adalah pilihan yang bijaksana</p> <p>4. Mencapai tujuan yang diinginkan dengan</p>	Ordinal

			berobat di Rumah Sakit 5. Puas berobat ke Rumah Sakit 6. Pilihan berobat ke Rumah Sakit merupakan pilihan terbaik	
Loyalitas Konsumen (Variabel Y)	Loyalitas adalah situasi dimana konsumen bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten. Fandy Tjiptono (2008;23)		Pelanggan yang loyal itu sendiri : 1. Setia kepada produk perusahaan atau rumah sakit itu. 2. Tidak terpengaruh dari produk perusahaan lain. 3. Melakukan pembelian ulang secara continue. 4. Adanya word of mouth kepada pihak lain.	Ordinal

D. Sumber Data

Data yang diminta untuk menjawab rumusan masalah yang pertama, jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data Primer, menurut **Kuncoro** (2003:136) adalah data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil kuesioner mengenai kualitas jasa,kepuasan konsumen dan

loyalitas konsumen Rumah Sakit Adam Malik Medan. Data Sekunder, menurut Kuncoro (2003:136) adalah data yang dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder ini diperoleh dari bagian promosi dan rekam medik perusahaan, mempelajari dokumen-dokumen terkait, laporan penelitian, publikasi dan literatur lain yang mendukung penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu usaha untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian. Hal ini sangat penting karena pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan data yang tersedia.

Sesuai dengan metode penelitian yang digunakan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (Field Research)

Yaitu penelitian secara langsung ke tempat penelitian dengan maksud memperoleh data primer. Data primer ini diperoleh dengan cara :

a. Wawancara

Suatu teknik pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pejabat perusahaan yang berwenang atau bagian yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti. Wawancara dilakukan dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya sehingga tidak menyimpang dari topik yang dibahas.

b. Kuesioner

Daftar pertanyaan mengenai gambaran umum dari responden, serta satu set pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan setiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis, guna mendapatkan data-data primer, dianalisis dan ditarik kesimpulan.

2. Penelitian Kepustakaan

Penelitian ini dimaksudkan sebagai cara untuk mendapatkan landasan teori yang dapat dijadikan pedoman dalam membandingkan antara teori yang didapat dengan praktek, yaitu dilakukan dengan cara:

- a. Membaca literatur yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.
- b. Membaca buku-buku, catatan-catatan kuliah serta tulisan lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

F. Pengujian Intrumen

1. Uji Validitas

Pengujian validitas menurut Simamora (2004:172), yaitu : “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen, dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur, dengan kata lain mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti”. Semua item kuesioner yang digunakan mengukur kualitas jasa, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen akan diuji validitasnya.

Masrun dalam buku Sugiyono (2004:124) menyatakan “Teknik korelasi

untuk menentukan validitas item ini sampai sekarang merupakan teknik yang paling banyak digunakan". Selanjutnya, dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi, Masrun menyatakan "Item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r = 0,3$. Semua item kuesioner yang digunakan mengukur dimensi kualitas jasa layanan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, akan diuji validitasnya dengan menggunakan rumus korelasi yaitu sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N\sum x^2 - (\sum x)^2][N\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Dimana :

- r : Indeks validitas
- x : Skor masing-masing pertanyaan
- y : Skor total dikurangi skor total tersebut
- n : Banyaknya sampel
- $\sum X$: Jumlah skor dalam variabel X
- $\sum Y$: Jumlah skor dalam variabel Y
- $\sum X^2$: Jumlah kuadrat masing-masing variabel X
- $\sum Y^2$: Jumlah kuadrat masing-masing variabel Y

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dengan alat ukur yang

digunakan (kuesioner). Pengujian validitas dengan menggunakan program SPSS 16.0 dengan kriteria sebagai berikut:

Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{table}}$, maka pernyataan dikatakan valid

Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Dalam pengujian realibilitas menggunakan SPSS 16.0, langkah yang dapat ditempuh yaitu sama dengan langkah pengujian validitas. Karena output keduanya muncul bersamaan.

Pengertian reliabilitas menurut Simamora (2004:177) reliabilitas adalah tingkat kehandalan kuesioner. Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila diuji cobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Husein Umar (2003:96) "Mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 0-1, tetapi merupakan rentangan antara beberapa nilai, misalnya 0-10 atau 0-100 atau bentuk skala 1-3, 1-5 atau 1-7 dan seterusnya dapat menggunakan rumus alpha. Rumus tersebut ditulis sebagai berikut :

1. Rumus koefisien Alpha Cronbach

$$r_1 = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum Si^2}{Si^2} \right\}$$

Sumber : Sugiyono, 2004 ; 282

Keterangan :

K : Jumlah item pertanyaan

$\sum si^2$: Mean kuadrat kesalahan

s_i^2 : Varians total

Sedangkan rumus variansnya adalah sebagai berikut :

2. Rumus Varians

$$s_i^2 = \frac{\sum X t^2}{n} - \frac{(\sum xt)^2}{n^2}$$

Sumber : Sugiyono, 2004 ; 283

Uji reliabilitas yang dipakai dengan menggunakan teknik **Alpha Cronbach**

dengan ketentuan :

- Jika Alpha dari 0,6 maka dapat dikatakan reliabel
- Jika Alpha < dari 0,6 maka dapat dikatakan tidak reliabel

G. Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis masalah pertama, kedua, ketiga, dan keempat digunakan statistik deskriptif guna memperoleh gambaran tanggapan pelanggan mengenai Kualitas Jasa yaitu Bukti langsung (Tangibles), Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Kepastian (Assurance), Empati (Empahty), berada dalam kategori: sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, rendah, dan sangat rendah maka akan dibuat kriteria pengklasifikasian yang mengacu pada ketentuan yang dikemukakan oleh Suharsimi Arikunto (1993: 354-356) yang rentang skornya dari Bukti langsung (Tangibles), Keandalan (Reliability), Daya Tanggap

(Responsiveness), Kepastian (Assurance), Empati (Empathy), tersebut dicari dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rentang skor} = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Klasifikasi}}$$

Keterangan :

Skor tertinggi = Jumlah responden x bobot tertinggi x jumlah item.

Skor terendah = Jumlah responden x bobot terendah x jumlah item.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai indikator. Analisis ini digunakan dengan melibatkan dua atau lebih variabel bebas antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X_1 dan X_2). Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2$$

Y = variabel tak bebas (Loyalitas)

a = bilangan berkonstanta

b_1, b_2 = koefisien arah garis

X_1 = variabel bebas (kualitas jasa)

X_2 = variabel bebas (kepuasan konsumen).

Regresi linier berganda dengan dua variabel bebas X_1 dan X_2 diestimasi menggunakan metode kuadrat kecil, dimana koefisien-koefisien a, b_1 , dan b_2 dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\sum y &= na + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2 \\ \sum X_1 y &= a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2 \\ \sum X_2 y &= a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2\end{aligned}$$

(Sumber: Sugiyono, 2009 : 279)

3. Koefisien Korelasi Berganda

Analisis koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengukur kuat tidaknya hubungan linier antara beberapa variabel bebas (X) dengan satu variabel terikat (Y). Koefisien korelasi berganda antara variabel X1 dan X2 dengan variabel Y dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R_{Y.X_1X_2} = \frac{b_1 \sum X_1 \cdot X_1 Y + b_2 \sum X_1 \cdot X_2 Y}{\sum Y^2}$$

Sumber: Sugiyono (2009;286)

Dimana :

X_i = Variabel independen

Y = Variabel dependen

Tabel 3.3

Intreprestasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,6 – 0,799	Kuat
0,8 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber : Riduwan, Dasar-dasar statistika (2003: 228)

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas jasa (X1) dan kepuasan konsumen (X2) terhadap loyalitas (Y), adapun rumusnya yaitu :

$$Kd = r^2$$

Keterangan :

Kd : Koefisien determinasi

r^2 : Hasil analisis korelasi yang dikuadratkan

5. Uji Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari ketiga variabel. Hipotesis Nol (H_0) pada umumnya diformulasikan untuk ditolak, maka hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima. Hipotesis alternatif ini merupakan hipotesis penelitian, yaitu prediksi yang diturunkan dari teori yang sedang diuji. Adapun penetapan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a) H_0 : $\beta_i = 0$

Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas jasa dan kepuasan pelanggan secara parsial dan simultan terhadap loyalitas pelanggan

b) H_a : $\beta_i \neq 0$

Terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas jasa dan kepuasan konsumen secara parsial dan simultan terhadap loyalitas pelanggan. Jika H_0 ditolak, maka H_a yang diterima dan ini berarti terdapat pengaruh kualitas jasa dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas

pelanggan.

c) Menentukan taraf signifikan

Untuk masalah ini, penulis mengambil interval keyakinan sebesar 95% sehingga tingkat kesalahan sebesar 5% (0,05) dan derajat kebebasan (df),

$$Df=n-k+1$$

d) Menentukan Uji t

Sedangkan untuk menguji apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variable X1 dan variabel X2 dengan variable Y, maka digunakan statistic uji t. Uji statistic yaitu dengan menggunakan rumus statistic t. Nilai r, yang telah diperoleh, disubsitusikan ke dalam rumus t, sebagai berikut:

$$t = r_s \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r_s^2}}$$

Dengan ketentuan :

t hitung \geq t table maka Ho ditolak dan Ha diterima, terdapat hubungan antara variable X1 dan variabel X2 dengan variable Y t hitung \leq t table maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak terdapat hubungan anantara variable X1 dan variabel X2 dengan variable Y.

e) Statistkik Uji F

Uji F yaitu pengujian koefisien apakah variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Uji F ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{r^2(n-M+1)}{m(1-r^2)} \text{ dengan } df = N - m - 1$$

1. Apabila Fhitung $>$ Ftabel berarti Ho ditolak, dengan demikian Ha diterim

2. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti H_0 diterima, dengan demikian H_a ditolak
3. $H_0 : b = 0$ berarti kualitas jasa dan kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
4. $H_a : b \neq 0$ berarti kualitas jasa dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Payne, 2000. *"Service Marketing Pemasaran Jasa"*, Andi Yogyakarta.
- Alma, Buchari, 2002. *Pengantar Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Alma, Buchari, 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Keenam, Alfabeta, Bandung.
- Ari Kunto S. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*, Bina Rupa Aksara Jakarta .1989
- Assauri, Sofjan .2003. **"Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction"** dalam *Usahawan*, No. 01, Tahun XXXII, Januari, hal.25-30. Jakarta
- Azwar , Azrul. 1994. *Program Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan*. Yayasan Penerbitan IDI, Jakarta.
- Basu Swasta Dharmawesta dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*, Cetakan Keempat, Yogyakarta : Liberty
- Febiana. 2004. *Analisis Pelayanan Bedah Sehari Ditinjau dari Sisi Harapan dan Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Mardi Rahayu Kudus*.Kudus.
- Griffin, Jill, 2002. *Customer Loyalty – And What It Matters Now More Than Ever*, www.loyaltysolution.com
- Griffin, Jill, 2005. *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Erlangga, Jakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Cv.Alfabeta.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Cv.Alfabeta.
- Harijono Liman, Rokiah Kusumapraja. 2003, *Upaya Peningkatan Mutu Pelayanan di IGD RS. Sumber Waras Melalui Survei Tingkat Kepuasan Pasien Keluarganya*. *Jurnal Manajemen & Administrasi Rumah Sakit Indonesia*.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, 2007. **Manajemen Pemasaran**, cetakan pertama, edisi bahasa Indonesia, Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. **Manajemen Pemasaran**. Jilid Satu, Edisi Keduabelas, Cetakan Ketiga. Penerbit Indeks.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. **Manajemen Pemasaran**. Jilid Kedua, Edisi Kedua belas, Cetakan Kedua. Penerbit Indeks.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. **Manajemen Pemasaran Jasa**, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Mohammad Nasir, (2003). *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Sugiyono, (2007). *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, 2008. **Metode Penelitian Bisnis**, cetakan ke 12, Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, D., Agustinus, F., & Santosa., S. 2000. Analisa Hubungan Antara Kepuasan Konsumen, Citra Hotel, dan Hubungan Pribadi Dengan Kesetiaan Pelanggan di Industri Perhotelan, *Tata Niaga : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*
- Tjandra Yoga Aditama, 2004, *Manajemen Administrasi Rumah Sakit*, Edisi 2 Jakarta Penerbit UI (UI-Press).
- Tjiptono, Fandy, 2005, **Pemasaran Jasa**, Bayu Media Publishing, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2006, **Manajemen Jasa**, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2008, **Pemasaran Strategik**, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Utama, Surya. 2007. *Memahami Fenomena Kepuasan Pasien Rumah Saki*. Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara.
- Wisnalmawati.(2005). **Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang**. Yogyakarta : Jurnal Ekonomi dan Bisnis No. 3. Jilid
- Wiyono D. 1999, *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan*. Buku 2. Airlangga University Press. Surabaya.