



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Unand.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Unand.

# **PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH SAKIT ISLAM SITI RAHMAH PADANG**

**SKRIPSI**



**MERRY GUSTINA  
07152021**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG 2011**

## KATA PENGANTAR



Puji syukur alhamdulillah penulis persembahkan kehadiran ALLAH SWT yang telah memberikan kekuatan dan telah membukakan hati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya selawat beriring salam buat nabi besar Muhammad SAW, yang menjadi suri tauladan dalam kehidupan kita.

Penulis mempersembahkan skripsi ini sebagai penemuan syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Andalas.

Segala hambatan, tantangan dan cobaan yang penulis hadapi dalam perjuangan ini menjadi lebih ringan berkat bimbingan, dorongan, masukan, bantuan, doa dan restu dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis ucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Ibunda tersayang, Dasni SE. Terima kasih atas doa restu, bimbingan, serta kasih sayang yang telah diberikan. Tidak sedikitpun ananda merasa kekurangan kasih sayang dari ibunda. Semua pelajaran hidup, cucuran keringat, bahagia, tangis, rasa khawatir, dan doa yang terus terucap, mendorong ananda untuk selalu berbuat yang terbaik untuk menjadi kebanggaanmu.
2. Bpk. Dr. H. Syafruddin Karimi, SE, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang.
3. Bpk. Dr. Harif Amali Rivai, SE, Msi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang.
4. Bpk. Dr. Vera Pujani, SE, MM.Tech selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang.

5. Bpk. Hendra Lukito, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang.
6. Ibu Eri Besra, SE, MM selaku Pembimbing Akademik yang telah membantu penulis melalui pengarahan dan bimbingan selama perkuliahan.
7. Ibu Suziana, SE, MM selaku Pembimbing Skripsi yang terus memberi arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Ibu Yanti, SE.MM dan Ibu Rida Rahim, SE.ME selaku penguji yang telah memberikan masukan untuk penyempurnaan skripsi ini.
9. Karyawan/i Biro Jurusan Manajemen FE-UA (bang frenki, da yal, buk minda) beserta jajarannya yang telah memudahkan penulis dalam urusan administrasi dan akademik lainnya.
10. Bpk/ibu Dosen dan staf pengajar di FE-UA yang telah memberikan ilmunya yang sangat berguna bagi penulis.
11. Pihak Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang (buk Nel, dan bang Dike) yang telah mengizinkan dan membantu penulis dalam melakukan penelitian.
12. Semua guru yang telah berjasa dalam kehidupan penulis.
13. Adikku Gotan Mandala, rajin-rajinlah belajar, raih cita-citamu dan jangan nakal.
14. Mona( terima kasih banyak telah membantu), Winda, Thete, Ayu, teman-teman yang menemaniku dalam canda, tawa, tangis dan kecewa. Semoga kita tetap kompak, dan semoga persahabatan kita tidak akan terpisahkan oleh apapun. Amiin.
15. Sahabat-sahabat Manajemen 07 ( Gazebo) tanpa terkecuali. Terima kasih atas semuanya, semoga apa yang kita lakukan menjadi kenangan bagi kita.
16. Reza, Kak Vinda rekan sesama bimbingan, akhirnya kita bisa menyelesaikannya dengan saling mamberi masukan dan saran bagi satu sama lainnya.

17. Keluarga besar Manajemen yang sedang dalam perjuangan studi, semoga sukses dan segera menyusul.

18. Adik-adik di Manajemen 08 ( icha, eji, iqra, aan) tetap semangat dan raih cita-citamu.

19. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Secara khusus penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada bang Iral yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Tuntunan, motivasi, kasih sayang, kesabaran, doa dan kehadiranmu telah mewarnai kehidupanku. Susah senang kita laui bersama sehingga kita bisa sabar dan saling mengenal kepribadian masing-masing.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Tanggapan, kritikan dan saran akan sangat berarti bagi penulis dalam mencapai penyempurnaan skripsi ini. Dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Padang, Agustus 2011

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iv

DAFTAR TABEL..... vii

DAFTAR GAMBAR..... xii

DAFTAR LAMPIRAN..... xiii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah..... 1

1.2 Rumusan Masalah..... 3

1.3 Tujuan Penelitian..... 4

1.4 Manfaat Penelitian..... 4

1.5 Ruang Lingkup Penelitian..... 5

1.6 Sistematika Penelitian..... 5

### BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Kualitas Jasa..... 7

2.2 Karakteristik Jasa..... 8

2.3 Kepuasan Pelanggan..... 12

2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan..... 16

2.5 Manfaat Kepuasan Pelanggan..... 18

2.6 Prinsip Kepuasan Pelanggan..... 19

2.7 Pengukuran Kepuasan Pelanggan..... 19

2.8 Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan..... 21

2.9 Tipe-Tipe Kepuasan Pelanggan..... 21

2.10 Penelitian Terdahulu.....	22
2.11 Kerangka Pemikiran.....	27
2.12 Hipotesa.....	27

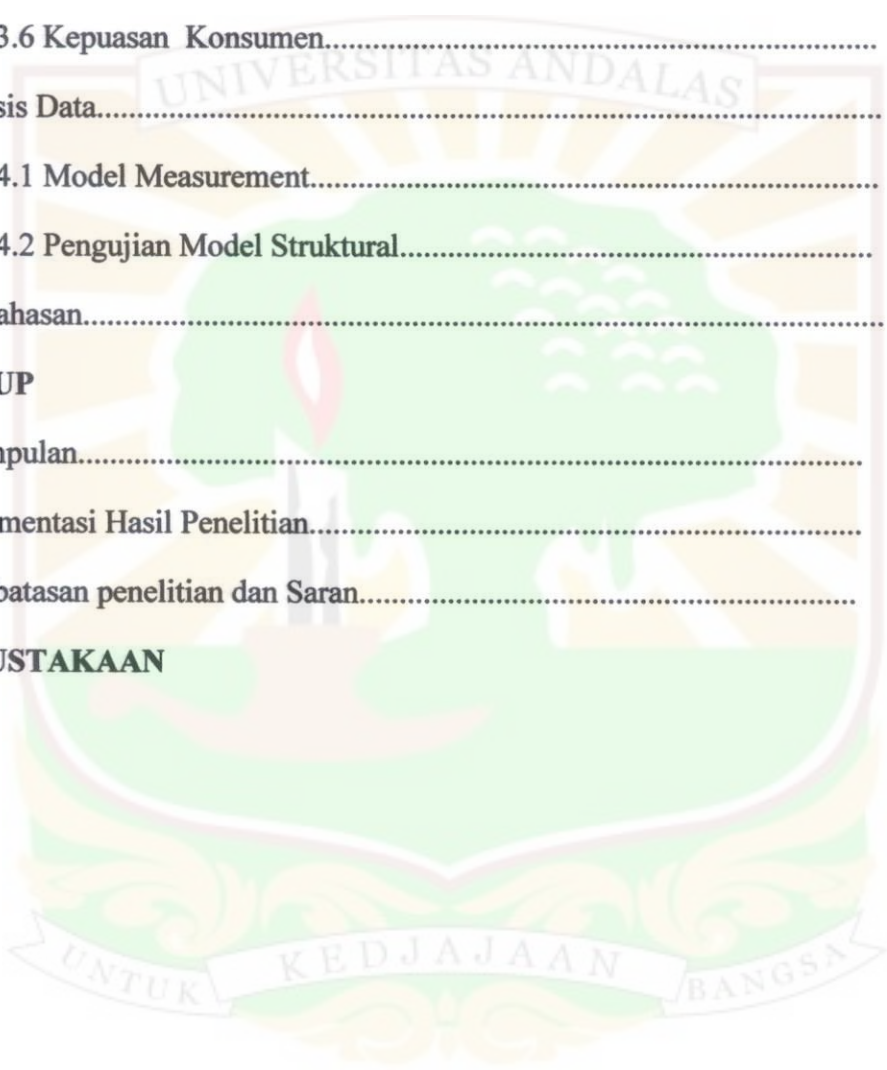
### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Desain Penelitian.....	29
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	29
3.2.1 Populasi.....	29
3.2.2 Sampel.....	29
3.3 Variabel Penelitian.....	30
3.4 Jenis Data yang Digunakan.....	33
3.4.1 Data Primer.....	33
3.4.2 Data Sekunder.....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6 Instrumen Penelitian.....	34
3.7 Teknik Pengolahan Data.....	35
3.7.1 Analisa Data Responden.....	35
3.7.2 Metode Analisis Data.....	35
3.7.3 Analisa Model Struktural / Uji Hipotesis.....	36

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Profil Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang.....	37
4.2 Identifikasi Responden.....	38
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.2.2 Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	39
4.2.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	39
4.2.4 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	40
4.2.5 Responden Berdasarkan Penghasilan/ Bulan.....	40

4.3 Deskripsi Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Konsumen.....	41
4.3.1 <i>Reliability</i> (keandalan).....	41
4.3.2 <i>Responsiveness</i> (ketanggapan).....	45
4.3.3 <i>Assurance</i> (jaminan).....	47
4.3.4 <i>Empaty</i> (empati).....	50
4.3.5 <i>Tangible</i> (bukti fisik).....	53
4.3.6 Kepuasan Konsumen.....	60
4.4 Analisis Data.....	61
4.4.1 Model Measurement.....	62
4.4.2 Pengujian Model Struktural.....	70
4.5 Pembahasan.....	72
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Implementasi Hasil Penelitian.....	76
5.3 Keterbatasan penelitian dan Saran.....	78
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b>		
	Alternatif definisi kepuasan pelanggan.....	16
<b>Tabel 2.2</b>		
	Penelitian terdahulu.....	22
<b>Tabel 3.1</b>		
	Operasional variabel.....	31
<b>Tabel 4.1</b>		
	Responden berdasarkan jenis kelamin.....	39
<b>Tabel 4.2</b>		
	Responden berdasarkan kelompok usia.....	39
<b>Tabel 4.3</b>		
	Responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	40
<b>Tabel 4.4</b>		
	Responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	40
<b>Tabel 4.5</b>		
	Responden berdasarkan penghasilan / bulan.....	41
<b>Tabel 4.6</b>		
	Responden berdasarkan pengetahuan dokter dan paramedis.....	41
<b>Tabel 4.7</b>		
	Responden tentang pelayanan kepada pasien diberikan dengan baik.....	42
<b>Tabel 4.8</b>		
	Responden tentang ketepatan waktu dokter dan paramedis saat melakukan pemeriksaan.....	43
<b>Tabel 4.9</b>		
	Responden tentang kemampuan dokter dan paramedis.....	43

<b>Tabel 4.10</b>	Responden tentang kemudahan administrasi bagi setiap pasien.....	44
<b>Tabel 4.11</b>	Responden tentang prosedur penerimaan pasien yang mudah dan cepat.....	44
<b>Tabel 4.12</b>	Responden berdasarkan kesanggupan dokter dan paramedis dalam memberikan pelayanan.....	45
<b>Tabel 4.13</b>	Responden berdasarkan paramedis mampu membantu pasien.....	46
<b>Tabel 4.14</b>	Responden berdasarkan kemampuan dokter dan paramedis dalam menyampaikan hasil kesehatan pasien.....	46
<b>Tabel 4.15</b>	Responden berdasarkan dokter dan paramedis memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya sesuai dengan kondisi pasien.....	47
<b>Tabel 4.16</b>	Responden berdasarkan kesopanan dokter dan paramedis.....	48
<b>Tabel 4.17</b>	Responden berdasarkan pemeriksaan dilakukan dengan baik.....	48
<b>Tabel 4.18</b>	Responden berdasarkan pengetahuan dokter dan paramedis tentang penyakit pasien.....	49
<b>Tabel 4.19</b>	Responden berdasarkan sikap dokter dan paramedis yang ramah dan selalu membantu.....	49
<b>Tabel 4.20</b>	Responden berdasarkan dokter profesional dalam menangani pasien.....	50

<b>Tabel 4.21</b>	Responden berdasarkan memberikan perhatian khusus kepada pasien.....	51
<b>Tabel 4.22</b>	Responden berdasarkan selalu tanggap terhadap apa yang dibutuhkan pasien.....	51
<b>Tabel 4.23</b>	Responden berdasarkan dokter dan paramedis mudah senyum.....	52
<b>Tabel 4.24</b>	Responden berdasarkan dokter dan paramedis tidak melakukan sesuatu hal yang tidak pantas dihadapan pasien.....	52
<b>Tabel 4.25</b>	Responden berdasarkan memberikan pelayanan tanpa memandang status.....	53
<b>Tabel 4.26</b>	Responden berdasarkan fasilitas ruangan yang nyaman dan tertata bagus.....	54
<b>Tabel 4.27</b>	Responden berdasarkan fasilitas keamanan yang memadai.....	54
<b>Tabel 4.28</b>	Responden berdasarkan ketersediaan tempat ibadah.....	55
<b>Tabel 4.29</b>	Responden berdasarkan ketersediaan kantin.....	55
<b>Tabel 4.30</b>	Responden berdasarkan ketersediaan kamar mandi/toilet yang bersih.....	56
<b>Tabel 4.31</b>	Responden berdasarkan tempat minum gratis/ dispenser bagi keluarga pasien....	56
<b>Tabel 2.32</b>	Responden berdasarkan kelengkapan sarana medis.....	57

<b>Tabel 4.33</b>		
	Responden berdasarkan paramedis merupakan tenaga yang profesional.....	58
<b>Tabel 4.34</b>		
	Responden berdasarkan ruangan yang bersih dan penerangan yang cukup.....	58
<b>Tabel 4.35</b>		
	Responden berdasarkan kerapian dan kebersihan paramedis.....	59
<b>Tabel 4.36</b>		
	Responden berdasarkan ketersediaan tempat parkir yang aman.....	59
<b>Tabel 4.37</b>		
	Responden berdasarkan kepuasan secara menyeluruh terhadap layanan rawat inap RSI Siti Rahmah Padang.....	60
<b>Tabel 4.38</b>		
	Responden berdasarkan keinginan untuk kembali menggunakan layanan rawat inap RSI Siti Rahmah Padang.....	61
<b>Tabel 4.39</b>		
	Responden berdasarkan kesesuaian antara layanan yang diberikan dengan harapan konsumen.....	61
<b>Tabel 4.40</b>		
	Cross Loading Awal.....	64
<b>Tabel 4.41</b>		
	Cross Loading setelah direvisi.....	67
<b>Tabel 4.42</b>		
	Loading and average Variance Extract (AVE).....	68
<b>Tabel 4.43</b>		
	Correlation Matrix of Latent Variables (Square root of AVE in diagonal).....	70
<b>Tabel 4.44</b>		
	Cronbach alpha.....	70

**Tabel 4.45**

R-Square..... 71

**Tabel 4.46**

Uji hipotesis..... 72



## DAFTAR GAMBAR

### Gambar 2.1

Model kepuasan / ketidakpuasan pelanggan..... 16

### Gambar 2.2

Model Kerangka pemikiran..... 27

### Gambar 4.1

Model Antar Konstruk Output Smartpls Awal..... 63

### Gambar 4.2

Model Konstruk Output SmartPLS Akhir..... 66



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Analisa (Output) dari data SmartPLS
- Lampiran 2 Identifikasi Responden (SPSS)
- Lampiran 3 Data Responden
- Lampiran 4 Kuisisioner



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang semakin membaik mendorong timbulnya laju persaingan di dalam dunia usaha. Hal ini dapat kita lihat dengan semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan barang maupun jasa yang menyebabkan persaingan dalam dunia usaha semakin ketat. Di dalam kondisi persaingan usaha yang semakin ketat ini, perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dalam menetapkan strategi yang tepat bagi perusahaan sehingga dapat menarik perhatian konsumen dan mempengaruhi konsumen untuk mengkonsumsi produk baik barang atau jasa yang mereka tawarkan.

Misalnya saja usaha ritel atau perusahaan penyedia jasa yang telah banyak berdiri, dimana tempat inilah yang paling sering didatangi oleh konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dengan semakin pesatnya pertumbuhan jumlah perusahaan penyedia jasa dan retail ini, maka angka permintaan juga ikut meningkat. Salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan pada barang dan jasa tersebut adalah pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen.

Untuk dapat memenangkan persaingan, perusahaan hendaknya menempatkan konsumen pada jenjang yang paling tinggi yang harus diperhatikan selera dan kepuasannya. Kepuasan konsumen merupakan faktor utama dalam mencapai tujuan perusahaan. Kepuasan konsumen ini akan memberikan loyalitas kepada perusahaan. Selain itu perusahaan juga harus mengikuti perkembangan para pesaing agar perusahaan tersebut bisa menilai mutu pelayanan yang telah di berikannya.

Menurut Oliver dalam Putri (2007), kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui (Tjiptono, 2002). Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, (Atmawati, 2005). Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang membagi kepuasannya tersebut dengan produsen atau perusahaan sehingga kepuasan tersebut akan sama-sama dinikmati.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan factor-faktor yang bersifat pribadi dan situasi sesaat. Salah satu factor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu bukti fisik (*tangible*) merupakan fasilitas fisik dan perlengkapannya, seperti pegawai, lokasi gedung, interior dan penampilan pegawainya, empati (*emphaty*) meliputi perhatian pribadi, memahami kebutuhan pelanggan, keandalan (*reliability*) terdiri dari memberikan pelayanan dengan segera, akurat dan memuaskan, pelayanan tepat waktu, kemudahan proses pembayaran, daya tangkap (*responsiveness*) merupakan keinginan staf dalam membantu konsumen/pelanggan dan selalu siap dalam membantu konsumen. dan jaminan (*assurance*) meliputi kemampuan, kesopanan, pengetahuan, pelayanan yang ramah.

Saat sekarang ini, kepuasan merupakan hal yang terpenting bagi konsumen. Mereka rela mengeluarkan sejumlah uang untuk mendapatkan produk yang diinginkannya, begitu juga dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh penyedia jasa. Salah satu perusahaan penyedia jasa adalah Rumah Sakit. Di Kota Padang telah banyak kita jumpai Rumah Sakit

yang memberikan pelayanan kepada konsumen baik itu milik pemerintah ataupun swasta. Apalagi setelah terjadinya gempa di Sumatera Barat pada tanggal 30 September 2009 mengakibatkan banyak kerugian baik nyawa ataupun harta, serta bangunan-bangunan milik pemerintah dan pribadi yang ambruk dan rata dengan tanah, sehingga fasilitas tersebut tidak dapat digunakan lagi. Misalnya saja rumah sakit milik pemerintah yang dibangun beberapa tingkat sehingga menyebabkan masyarakat takut untuk melakukan pengobatan di rumah sakit tersebut. Jika kita lihat kondisi dan keadaan rumah sakit tersebut pada saat ini, memang sebagian besar dari masyarakat telah meninggalkan rumah sakit tersebut dan berpindah ke rumah sakit yang lebih aman dengan fisik rumah sakit yang tidak bertingkat.

Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang merupakan salah satu rumah sakit swasta yang melaksanakan pelayanan kesehatan secara paripurna yang beroperasi mulai pada tanggal 13 Desember 2005. Siti Rahmah juga merupakan Rumah Sakit Swasta dengan peralatan medis terlengkap di wilayah Sumatra Barat. Rumah Sakit Islam Siti Rahmah melaksanakan pelayanan kesehatan bagi seluruh masyarakat atau individu-individu yang membutuhkannya tanpa memandang suku, agama, ras dan golongan, baik pasien dalam negeri maupun luar negeri (WNI atau WNA) dengan motto: "Dengan Ridho Allah, Kesehatan Anda adalah Tujuan Kami".

Rumah Sakit Islam Siti Rahmah menyediakan ruang rawat inap yang nyaman, asri dan bersih dengan mutu pelayanan yang baik. Di semua ruang rawat inap yang ada, disediakan fasilitas kamar mandi di dalam, selain itu juga tersedia *emergency exit* (pintu darurat) untuk kondisi darurat seperti gempa dan kebakaran serta teras yang dapat digunakan untuk bersantai di pagi dan sore hari yang bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada keluarga dan pasien.

Dengan berpedoman pada pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan-perusahaan penyedia jasa, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *tangible* (bukti fisik) yang diberikan oleh Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang terhadap kepuasan konsumen ?
2. Bagaimana pengaruh *empaty* (empati) yang diberikan oleh Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang terhadap kepuasan konsumen ?
3. Bagaimana pengaruh *reliability* (kehandalan) yang diberikan oleh Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang terhadap kepuasan konsumen ?
4. Bagaimana pengaruh *responsiveness* (daya tangkap) yang diberikan oleh Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang terhadap kepuasan konsumen ?
5. Bagaimana pengaruh *assurance* (jaminan) yang diberikan oleh Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang terhadap kepuasan konsumen?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh *tangible* (bukti fisik) yang diberikan oleh Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang terhadap kepuasan konsumen.
2. Mengetahui pengaruh *empaty* (empati) yang diberikan oleh Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang terhadap kepuasan konsumen.
3. Mengetahui pengaruh *reliability* (kehandalan) yang diberikan oleh Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang terhadap kepuasan konsumen.

4. Mengetahui pengaruh *responsiveness* (daya tangkap) yang diberikan oleh Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang terhadap kepuasan konsumen.
5. Mengetahui pengaruh *assurance* (jaminan) yang diberikan oleh Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang terhadap kepuasan konsumen.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah :

##### 1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi alat untuk mempraktekkan teori-teori yang telah diperoleh selama di bangku kuliah sehingga penulis dapat menambah pengetahuan secara praktis tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

##### 2. Bagi Pengelola Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan untuk membantu pengelola rumah sakit dalam menentukan kebijaksanaan dalam memberikan pelayanan bagi konsumen.

##### 3. Bagi Pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan sebagai referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian serupa.

#### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis hanya membahas tentang pengaruh dimensi kualitas jasa yang meliputi *tangible*, *empaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*, dan kepuasan konsumen. Dimana kepuasan konsumen adalah hasil yang diterima oleh konsumen terhadap pelayanan jasa yang telah diberikan oleh suatu organisasi atau perusahaan.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan dalam skripsi ini akan disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

**Bab II : Tinjauan Pustaka**

Berisikan teori-teori yang berkaitan dengan objek penelitian yaitu tentang, penelitian terdahulu dan masalah yang akan dibahas dalam penelitian.

**Bab III : Metodologi Penelitian**

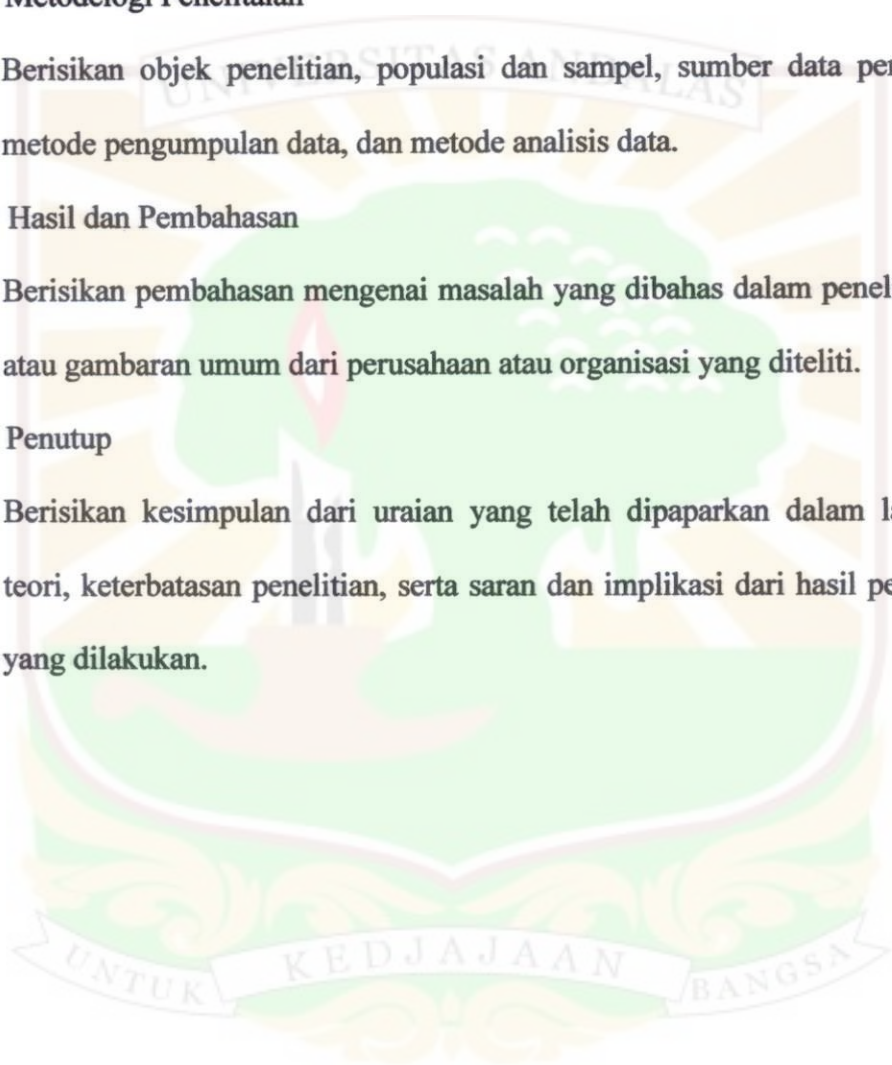
Berisikan objek penelitian, populasi dan sampel, sumber data penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

**Bab IV : Hasil dan Pembahasan**

Berisikan pembahasan mengenai masalah yang dibahas dalam penelitian ini atau gambaran umum dari perusahaan atau organisasi yang diteliti.

**Bab V : Penutup**

Berisikan kesimpulan dari uraian yang telah dipaparkan dalam landasan teori, keterbatasan penelitian, serta saran dan implikasi dari hasil penelitian yang dilakukan.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Pengertian Kualitas Jasa

Dalam pemasaran, produk mempunyai arti yang luas yaitu suatu kesatuan yang ditawarkan pada pasar baik yang berwujud atau pun tidak berwujud. Produk yang berwujud biasanya disebut barang (*goods*), sedangkan produk yang tidak berwujud disebut jasa (*service*).

Menurut Kotler dan Armstrong (1993) jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan pada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Sementara itu, menurut Robert (1989) jasa adalah sesuatu yang tidak berwujud, tidak seperti produk yang berwujud. Jasa bukan barang fisik tetapi sesuatu yang menghadirkan kegiatan dan perbuatan. Selain itu Cristian (1990) mengemukakan pengertian jasa adalah aktifitas dari suatu hakikat yang tidak berwujud yang berinteraksi antara konsumen dan pemberi jasa/sumber daya fisik atau barang/sistem yang memberikan jasa yang memberikan solusi bagi masalah-masalah konsumen.

Pelanggan akan mencari tanda atau bukti dari kualitas jasa. Mereka akan menarik kesimpulan mengenai kualitas jasa dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, simbol dan harga. Ada banyak faktor yang mempengaruhi penilaian seorang terhadap suatu jasa (Parasuraman, 1990) yaitu

##### *a. Personal needs*

Pada dasarnya setiap orang pasti mempunyai kebutuhan yang spesifik tergantung pada karakteristik individu, situasi dan kondisi dari pelanggan tersebut.

b. *Past Experience*

Yaitu pengalaman masa lalu dalam mengkonsumsi barang dan jasa yang sama. Pengalaman yang dialami seorang pasien rumah sakit akan sangat berpengaruh terhadap penilaiannya tentang performance rumah sakit tersebut.

c. *Word of Mouth Communication*

Bahwa preferensi konsumen terhadap suatu pelayanan akan dipengaruhi oleh apa yang dikatakan oleh orang lain yang akan membentuk harapan konsumen.

d. *External Communication*

Bahwa komunikasi eksternal dari peenyedia barang dan jasa memainkan peranan penting dalam membentuk harapan konsumen, misalnya promosi dan iklan.

Dengan kata lain, ada 2 hal yang mempengaruhi kualitas jasa :

a) Persepsi terhadap kualitas jasa

Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik berada pada persepsi pelanggan bukan berdasarkan persepsi penyedia jasa tersebut. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa sebuah perusahaan sehingga pelangganlah yang menentukan kualitas jasa tersebut.

b) Harapan pelanggan

Harapan pelanggan memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan.

## 2.2 Karakteristik Jasa

Menurut Kotler (1994), ada empat karekteristik utama jasa yang berpengaruh besar pada perencanaan program pemasaran yaitu :

### 1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa bersifat *intangible*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Bila barang merupakan suatu objek, alat, material, atau benda, maka jasa merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha.

### 2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Kegiatan jasa tidak dapat dipisahkan dari pemberi jasa, baik perorangan atau pun organisasi serta perangkat mesin/teknologi.

### 3. *Variability* (berubah-ubah/aneka ragam)

Kualitas jasa yang diberikan oleh manusia dan mesin/peralatan berbeda-beda, tergantung pada siapa yang memberi, bagaimana memberikannya, serta waktu dan tempat jasa tersebut diberikan.

### 4. *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa tidak bisa disimpan untuk kemudian dijual atau digunakan, sehingga pada dasarnya jasa langsung dikonsumsi pada saat diberi. Daya tahan suatu jasa tidak akan menjadi masalah jika permintaan selalu ada.

Sementara itu Lovelock (1984) menyatakan bahwa jasa mempunyai tiga karakteristik utama :

#### 1. *More intangible than tangible* (cenderung tidak berwujud)

Jasa merupakan perbuatan, penampilan, atau suatu usaha sehingga bila konsumen membeli jasa maka umumnya jasa tersebut tidak berwujud.

#### 2. *Simultaneous production and consumption* (produksi dan konsumsi serentak)

Jasa diproduksi dan dikonsumsi dalam waktu yang sama artinya penghasil jasa hadir secara fisik pada saat konsumsi berlangsung.

### 3. *Less standardized and uniform* (kurang terstandarisasi dan seragam)

Industri jasa cenderung dibedakan berdasarkan orang (*people based*) dan peralatan (*equipment based*). Hasil jasa orang kurang memiliki standarisasi dibandingkan dengan hasil jasa yang menggunakan peralatan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas jasa :

#### 1. Reliabilitas

Meliputi dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat dapat dipercaya (*dependability*).

#### 2. Responsivitas atau daya tanggap

Yaitu kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat.

#### 3. Kompetensi

Yaitu penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat menyampaikan jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan

#### 4. Akses

Meliputi kemudahan untuk dihubungi atau ditemui (*approachability*) dan kemudahan kontak. Berarti lokasi fasilitas jasa mudah dijangkau, waktu mengantri atau menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi.

#### 5. Kesopanan (*courtesy*)

Meliputi sikap santun, respek, atensi, dan keramahan para karyawan.

#### 6. Komunikasi

Artinya menyampaikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang mudah dipahami oleh pelanggan, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.

## 7. Kredibilitas

Sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakter pribadi karyawan, dan interaksi dengan pelanggan

## 8. Keamanan (*security*)

Yaitu bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Termasuk didalamnya keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan financial (*financial security*), privasi, dan kerahasiaan (*confidentiality*).

## 9. Kemampuan memahami pelanggan

Yaitu berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik pelanggan memberikan perhatian individual, dan mengenal pelanggan regular.

## 10. Bukti fisik (*tangibles*)

Meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan-bahan komunikasi perusahaan. Dari sepuluh karakteristik jasa menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985), mereka menyederhanakannya menjadi lima dimensi pokok 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 merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

### c. Jaminan (*assurance*)

Yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bias menciptakan rasa aman bagi para

pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

d. Empati (*empathy*)

Berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

e. Bukti fisik (*tangibles*)

Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

### 2.3 Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (1994) kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang diharapkan dengan harapan yang akan didapat.

Kepuasan pelanggan dapat dibedakan menjadi tiga yaitu :

1. Memenuhi kebutuhan-kebutuhan pelanggan.
2. Memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang dapat membuat pelanggan itu akan kembali lagi.
3. Melakukan sesuatu melebihi harapan pelanggan.

Sebuah proses pengambilan keputusan pembelian tidak hanya berakhir dengan terjadinya transaksi pembelian, akan tetapi diikuti pula oleh tahap perilaku purna beli. Dalam tahap ini konsumen merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu yang akan mempengaruhi perilaku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, ia akan memperlihatkan peluang yang besar untuk melakukan pembelian ulang atau membeli produk lain dari perusahaan yang sama di masa yang akan datang. Seorang konsumen yang merasa puas cenderung akan menyatakan hal-hal yang baik tentang produk dan perusahaan yang

bersangkutan kepada orang lain. Oleh karena itu pembeli yang puas merupakan iklan yang terbaik.

Konsumen yang merasa tidak puas akan melakukan dengan tindakan yang berbeda. Ada yang mendiamkan saja dan ada pula yang melakukan komplain. Berkaitan dengan hal ini, ada tiga jenis kategori tanggapan atau komplain terhadap ketidakpuasan (Singh, 1988), yaitu:

### 1. *Voice response*

Dilakukan meliputi usaha menyampaikan keluhan secara langsung dan/atau meminta ganti rugi kepada perusahaan yang bersangkutan, maupun kepada distributor. Bila pelanggan melakukan hal ini, maka perusahaan masih mungkin memperoleh beberapa manfaat diantaranya adalah :

- a. Pelanggan memberikan kesempatan sekali lagi kepada perusahaan untuk memuaskan mereka (pelanggan).
- b. Resiko publikasi buruk dapat ditekan, baik publisitas dalam bentuk rekomendasi dari mulut ke mulut, maupun melalui koran/media massa.
- c. memberi masukan mengenai kekurangan pelayanan yang perlu diperbaiki perusahaan.

### 2. *Private response*

Tindakan yang dilakukan antara lain memperingatkan atau memberitahukan kolega, teman, atau keluarganya mengenai pengalamannya dengan produk atau perusahaan yang bersangkutan. Umumnya tindakan ini sering dilakukan dan dampaknya sangat besar bagi citra perusahaan.

### 3. *Third-party response*

Tindakan yang dilakukan meliputi usaha meminta ganti rugi secara hukum, mengadu lewat media massa atau secara langsung mendatangi lembaga konsumen, instansi

hukum, dan sebagainya. Tindakan seperti ini sangat ditakuti oleh sebagian besar perusahaan yang tidak memberi pelayanan baik kepada pelanggannya atau perusahaan yang tidak memiliki prosedur penanganan keluhannya.

### **Macam-macam atau Jenis kepuasan konsumen**

Kepuasan konsumen terbagi 2 :

- a. Kepuasan Fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk. Misal : karena makan membuat perut kita menjadi kenyang.
- b. Kepuasan Psikologikal, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud. Misal : Perasaan bangga karena mendapat pelayanan yang sangat istimewa dari sebuah rumah makan yang mewah .

Day dalam Engel et al (1990) mengemukakan bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi apakah seorang konsumen yang tidak puas akan melakukan komplain atau tidak. Keempat faktor tersebut adalah:

- a. Penting tidaknya konsumsi yang dilakukan, yaitu menyangkut derajat pentingnya produk bagi konsumen, harga, waktu yang dibutuhkan untuk mengkonsumsi produk, serta sosial *visibility*.
- b. Pengetahuan dan pengalaman yakni jumlah pembelian sebelumnya, pemahaman akan produk, persepsi terhadap kemampuan sebagai konsumen, dan pengalaman komplain sebelumnya.
- c. Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi meliputi jangka waktu penyelesaian masalah, gangguan terhadap aktivitas rutin, dan biaya.
- d. Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain.

Menurut Yamit (2001) kepuasan pelanggan adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Pencapaian

kepuasan merupakan proses yang sederhana namun rumit. Untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara lebih baik maka perlu dipahami pula sebab-sebab kepuasan. Pelanggan tidak banyak yang kecewa pada jasa tetapi pelanggan tersebut juga jarang mengeluh. karena mereka ikut terlibat dalam proses penciptaan jasa.

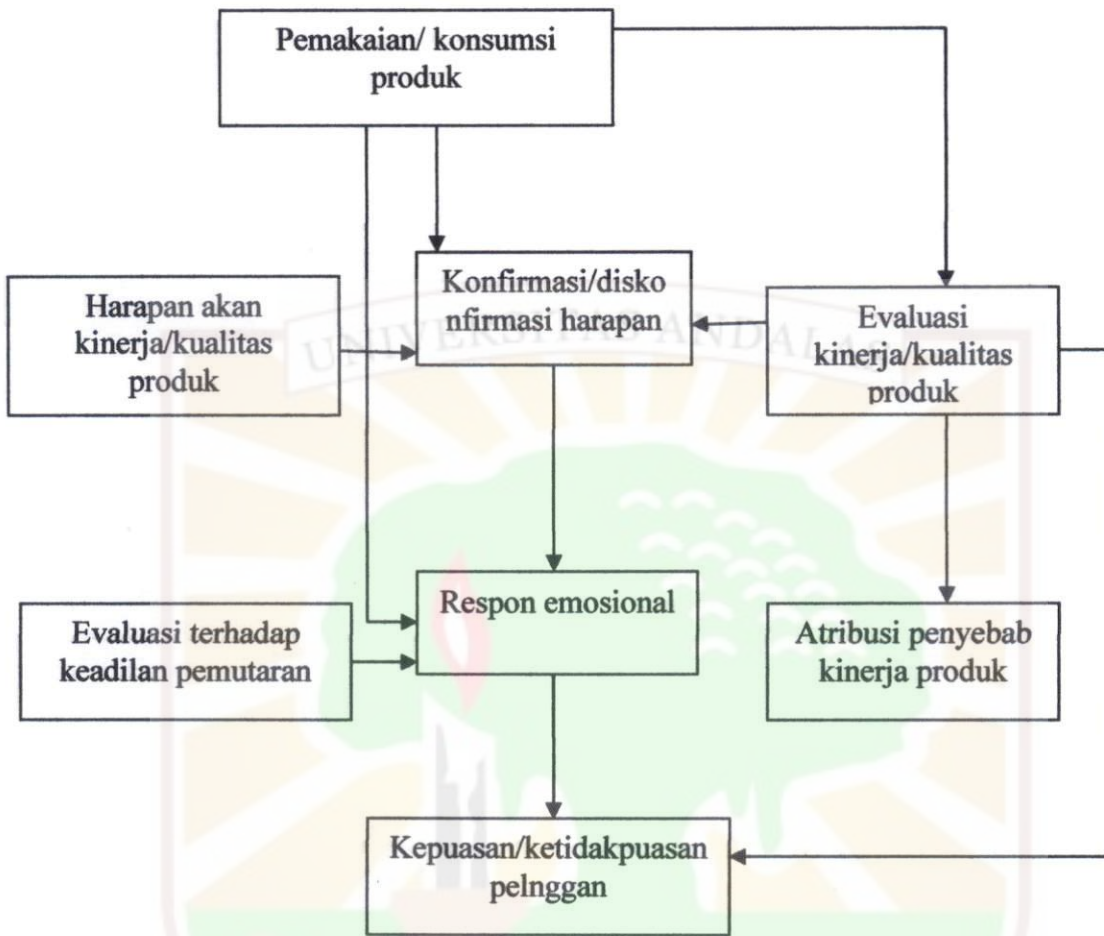
Selain itu, menurut Wilson dan Scimit dalam Putri, (2007) mendefinisikan kepuasan pelanggan (pasien) adalah penilaian subjektif atau opini tentang kualitas pelayanan, khususnya yang berkaitan dengan aspek internasional dari pelayanan kesehatan dan pengalaman pasien setelah mengalami sejumlah intervensi pelayanan kesehatan. Tingkat kepuasan pasien sangat tergantung dari mutu pelayanan kesehatan yang diterima oleh pasien. Selain itu kepuasan pasien merupakan suatu metoda dalam mengkaji dampak dan kualitas pelayanan kesehatan.

Fornell *et al.*(1996) dalam temuannya menyebutkan bahwa :

- a. Kepuasan konsumen secara menyeluruh adalah hasil evaluasi dari pengalaman konsumsi sekarang yang berasal dari keandalan dan standarisasi pelayanan.
- b. Kepuasan konsumen secara menyeluruh adalah hasil perbandingan tingkat kepuasan dari usaha yang sejenis.
- c. Bahwa kepuasan konsumen secara menyeluruh diukur berdasarkan pengalaman dengan indikator harapan secara keseluruhan, harapan yang berhubungan dengan keterandalan jasa tersebut.

Menurut Irawan (2003) dalam Savitri (2010), kepuasan pelanggan merupakan salah satu alat ukur untuk melihat daya saing suatu perusahaan. Keunggulan kompetitif sebuah perusahaan dapat dilihat pada tingkat kepuasan konsumennya, yang selanjutnya berdampak positif pada tingkat profitabilitas perusahaan tersebut.

**Gambar 2.1 Model Kepuasan / Ketidakpuasan Pelanggan**



Sumber : Mowen (1995) dalam Savitri (2010)

Berbagai definisi kepuasan pelanggan dapat diklasifikasikan dalam empat kategori pokok (Hunt, 1991 dalam Savitri, 2010) :

Tabel 2.1 Alternatif definisi kepuasan pelanggan

PERSPEKTIF	DEFINISI KEPUASAN PELANGGAN
<i>Normatif devisit definition</i>	Perbandingan antara hasil aktual dengan yang secara kultural dapat diterima
<i>Normatif standart definition</i>	Perbandingan perolehan/keuntungan yang didapatkan dari pertukaran sosial bila perolehan tersebut tidak sama, maka pihak yang dirugikan tidak akan puas.
<i>Procedural fairness definition</i>	Kepuasan merupakan fungsi dari keyakinan/persepsi konsumen bahwa ia telah diperlakukan secara adil
<i>Attributional defenition</i>	Kepuasan tidak hanya ditentukan oleh ada tidaknya diskonfirmasi harapan, namun juga oleh sumber penyebab diskonfirmasi tersebut.

Sumber : Hunt (1991) dalam Savitri (2010)

## 2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Zeithmal dan Bitner (2003) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, antara lain :

1. Fitur produk dan jasa. Kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa secara signifikan dipengaruhi oleh evaluasi pelanggan terhadap fitur produk atau jasa. Untuk jasa rumah sakit, fitur yang penting adalah karyawan yang sangat membantu dan sopan, ruang perawatan yang bersih dan nyaman, sarana pelayanan yang menyenangkan, dan lain sebagainya.
2. Emosi pelanggan. Emosi juga dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa. Emosi ini dapat stabil, seperti keadaan pikiran atau perasaan. Pikiran atau perasaan pelanggan dipengaruhi oleh respon pelanggan terhadap jasa, pengalaman konsumsi . Emosi positif seperti bahagia, senang, gembira akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Begitu juga sebaliknya, emosi negatif seperti kesedihan, duka, penyesalan, dan keramahan dapat menurunkan tingkat kepuasan.
3. Atribusi untuk keberhasilan atau kegagalan jasa. Penyebab yang dirasakan dari suatu peristiwa mempengaruhi persepsi dari kepuasan. Ketika pelanggan merasakan jasa yang lebih baik atau lebih buruk, maka pelanggan cenderung akan melihat alasannya, dan penilaian mereka terhadap alasan tersebut dapat mempengaruhi kepuasan. Misalnya, ketika keluarga pasien akan melaksanakan shalat di mushala yang telah disediakan oleh pihak rumah sakit, namun di mushala tersebut terjadi kemacetan air. Maka dia akan mencari alasan mengapa air tidak jalan. Apabila air tidak jalan tersebut disebabkan oleh aliran dari PDAM, maka hal tersebut itu tidak akan mempengaruhi kepuasan terhadap rumah sakit tersebut.
4. Persepsi pelanggan terhadap kewajaran dan keadilan. Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh persepsi pelanggan terhadap kewajaran dan keadilan. Pelanggan

bertanya kepada diri mereka : apakah saya diperlakukan secara baik dibandingkan dengan pasien lainnya? Apakah pasien lain mendapatkan pelayanan yang lebih baik, harga yang lebih murah, atau kualitas jasa yang lebih baik?

5. Pelanggan lain, keluarga, dan rekan kerja. Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh orang lain. Misalnya, kepuasan terhadap perjalanan liburan keluarga, adalah hal yang dinamis, yang dipengaruhi oleh reaksi dan ekspresi dari anggota keluarga selama liburan.

## 2.5 Manfaat Kepuasan Pelanggan

Donabedian (1980) dalam Putri (2007) mendefinisikan kepuasan pasien adalah suatu metoda untuk mengkaji dampak dan kualitas pelayanan kesehatan. Gerson (2001) menjabarkan lima manfaat pengukuran kualitas dan kepuasan pelanggan :

- a. pengukuran menyebabkan orang memiliki rasa berhasil dan berprestasi yang kemudian diterjemahkan menjadi pelayanan yang prima kepada pelanggan
- b. pengukuran bisa dijadikan dasar untuk menentukan standar kinerja dan standar prestasi yang harus dicapai yang akan mengarahkan mereka menuju kualitas yang semakin baik dan kepuasan pelanggan yang meningkat
- c. pengukuran memberikan umpan balik segera kepada pelaksana terutama bila pelanggan sendiri yang mengukur kinerja pelaksana atau perusahaan yang memberikan pelayanan
- d. pengukuran memberitahu perusahaan apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki kualitas dan kepuasan pelanggan serta bagaimana harus melakukannya
- e. pengukuran memotivasi orang untuk melaksanakan dan mencapai tingkat produktivitas yang tinggi

## 2.6 Prinsip Kepuasan Pelanggan

### 1. *Product Quality*

Pelanggan akan puas setelah memakai produk tersebut karena kualitas produknya yang baik.

### 2. *Reliability* (alat pengukur)

Mengukur kehandalan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggannya. Kehandalan ini memiliki dua aspek yaitu kehandalan memberikan mutu produk seperti yang dijanjikan, dan kehandalan dalam memberikan hasil produk tanpa cacat atau tidak ada *error*.

### 3. *Image*

Reputasi dari produsen yang menyediakan jasa.

### 4. *Need* atau kebutuhan pelanggan

Produsen harus terus melakukan analisis pasar agar mengetahui produk yang dibutuhkan pelanggan dengan melalui program *Call Center* dan *Hot-line Service*. Dimana pelanggan yang ingin komplain tidak perlu membayar pulsa.

### 5. *Service Quality*

Kualitas pelayanan sangat tergantung dari tiga hal yaitu sistem, teknologi, dan manusia.

### 6. *Importance & Performance*

Tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pelanggan yang diharapkan

## 2.7 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Philip Kotler ada 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

**a. Sistem Keluhan dan Saran**

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon bebas pulsa, dan lain-lain.

**b. Kepuasan Berbelanja**

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

**c. Analisa Pelanggan Yang Hilang**

Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

**d. Survei Kepuasan Pelanggan**

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei, baik survei melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feed back*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

## 2.8 Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen

Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan konsumen, diantara (Tjipjono, 1998 dalam Savitri, 2010) :

- a. *Relationship Marketing* adalah jaringan kemitraan jangka panjang dengan pelanggan secara terus menerus sehingga diharapkan dapat terjadi *repeat business*. Faktor-faktor yang dibutuhkan dalam strategi ini adalah customer database, jasa khusus yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan, dan *frequency marketing*.
- b. *Superior customer service* dengan menawarkan pelayanan yang lebih unggul dari pesaingnya. Untuk mewujudkannya dibutuhkan dana yang besar. Kemampuan sumber daya manusia dan usaha yang gigih. Dampak dari strategi ini adalah pembebanan harga yang lebih tinggi. Namun ada kelompok konsumen yang tidak berkebaratan dengan harga mahal. Selain itu perusahaan dengan pelayanan superior akan meraih laba dan tingkat pertumbuhan yang lebih besar dibandingkan pesaing yang memberikan pelayanan inferior.
- c. *Uncoditional Guarantees / extraordinary Guarantees* dengan cara merancang garansi tertentu dan memberikan pelayanan purna jual yang baik.
- d. Penanganan keluhan yang efektif dapat memberikan peluang untuk mengubah pelanggan yang tidak puas. Strategi ini dapat diterapkan memperhatikan aspek empati terhadap pelanggan yang marah, kecepatan dalam penanganan keluhan, kewajaran dan keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan dan kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan.

## 2.9 Tipe – tipe Kepuasan Pelanggan/ Konsumen

Menurut Stauss & Neuhaus (1997) dalam Putri (2007) ada tiga macam tipe kepuasan konsumen yaitu :

1. **Demanding Customer Satisfaction**, merupakan tipe kepuasan aktif, dimana relasi dengan penyedia jasa diwarnai emosi positif, terutama optimisme, dan kepercayaan. Berdasarkan pengalaman positif di masa lalu, pelanggan dengan tipe ini berharap bahwa penyedia jasa akan mampu memuaskan ekspektasi mereka yang semakin meningkat di masa depan. Selain itu mereka bersedia meneruskan relasi yang memuaskan dengan penyedia jasa.
2. **Stable Customer Satisfaction**, konsumen dalam tipe ini memiliki tingkat aspirasi pasif dan perilaku demanding. Emosi positifnya terhadap penyedia jasa bercirikan *steadiness* dan *trust* dalam relasi yang terbina saat ini. Mereka menginginkan segala sesuatunya tetap sama.
3. **Resigned Customer Satisfaction**, konsumen dalam tipe ini juga merasa puas. Namun, kepuasan bukan disebabkan oleh pemenuhan ekspektasi, namun lebih didasarkan pada kesan bahwa tidak realistis untuk berharap lebih. Perilaku konsumen tipe ini cenderung pasif. Mereka tidak bersedia melakukan berbagai upaya dalam rangka menuntut perbaikan situasi

## 2.10 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang pernah membahas topik ini adalah :

**Table 2.2**  
**Daftar Penelitian terdahulu**

No	Nama Penulis	Judul	Faktor yang diteliti	Kesimpulan
1.	Rustika Atmawati dan M. Wahyuddin DAYASAING, 5 (1). pp. 13-24. ISSN 1411-3422	Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada matahari department store di solo grand	a) <i>Tangible</i> b) <i>Empaty</i> c) <i>Reliability</i> d) <i>Responsivenss</i> e) <i>Assurance</i>	Variable independen yang terdiri dari <i>tangible, empaty, reability, responsiveness, dan assurance</i> berpengaruh positif dan signifikan

		mall		terhadap kepuasan konsumen.
2.	Much.Djunaidi, Ahmad kholid alghofari, Dwi apriani Rahayu dalam jurnal ilmiah teknik industri vol, 5 no, 1, agustus 2006	Penilaian kualitas jasa pelayanan lembaga bimbingan belajar primagama berdasarkan preferensi konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) <i>Tangible</i> (bukti fisik)</li> <li>b) <i>Reliability</i> (kehandalan)</li> <li>c) <i>Responsiveness</i> (daya tangkap)</li> <li>d) <i>Assurance</i> (jaminan)</li> <li>e) <i>Empaty</i> (empati)</li> </ul>	<i>Metode servperf</i> dapat digunakan untuk menentukan focus perhatian dari permintaan konsumen.
3.	Azis Slamet Wiyono Dan M. Wahyuddin DAYASAING, 3 (2). pp. 65-74. ISSN 1411-342	<i>Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Di Rumah Sakit Islam Manisrenggo Klaten</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) kualitas pelayanan</li> <li>b) pelayanan paramedis</li> </ul>	dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan
4.	Ni Nyoman Yuliarmi dan putu Riyasa dalam buletin studi ekonomi volume 12 no 1 tahun 2007	<i>Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) keandalan (<i>reliability</i>)</li> <li>b) faktor ketanggapan (<i>responsiveness</i>)</li> <li>c) keyakinan (<i>assurance</i>)</li> <li>d) faktor empati (<i>emphaty</i>)</li> <li>e) faktor bukti fisik(<i>tangible</i>)</li> </ul>	Secara parsial factor ketanggapan ( <i>responsiveness</i> ), factor keyakinan ( <i>assurance</i> ), factor empati ( <i>emphaty</i> ), dan factor berwujud ( <i>factor tangible</i> ) berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar, sedangkan factor keandalan ( <i>reliability</i> ) dalam penelitian ini tidak berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar.

5.	Kiswanto dan M. Wahyuddin DAYASAING, 8 (2). pp. 15-24. ISSN 1411-3422	pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di kantor bersama samsat uppd dipemda propinsi jateng kabupaten sragen	a) <i>tangible</i> b) <i>empaty</i> c) <i>reliability</i> d) <i>responsiveness</i> e) <i>assurance</i>	kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Sragen.
----	---	---	--	--

1. *Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada matahari department store di solo grand mall* oleh Rustika Atmawati dan M. Wahyuddin. Dalam penelitian ini mengamati tentang pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen matahari department store di solo grand mall. Penelitian ini menggunakan metode regresi logistic binary. Berdasarkan hasil regresi tersebut, dapat disimpulkan bahwa bukti fisik, keandalan, daya tangkap, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan semua variabel independen mempunyai pengaruh yang positif juga terhadap kepuasan konsumen.
  
2. *Penilaian kualitas jasa pelayanan lembaga bimbingan belajar primagama berdasarkan preferensi konsumen* oleh Much.Djunaidi, Ahmad Kholid Alghofari, Dwi Apriani Rahayu. Penelitian ini membahas tentang pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap bimbingan belajar primagama dengan tujuan untuk mengetahui tingkat keinginan konsumen dalam rangka untuk meningkatkan mutu pelayanan serta kinerja lembaga bimbingan belajar. Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan metode sevperf. Hasil penelitian ini adalah Metode servperf dapat digunakan untuk menentukan fokus perhatian dari permintaan konsumen.

3. *Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Di Rumah Sakit Islam Manisrenggo Klaten*

oleh Azis Slamet Wiyono Dan M. Wahyuddin. Penelitian ini mengamati tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di Rumah Sakit Islam Manisrenggo Klaten. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen di Rumah Sakit Islam Manisrenggo Klaten, sedangkan sampelnya diambil dengan metode sampling bertujuan yaitu pasien yang menggunakan jasa rumah sakit tersebut pada minggu terakhir bulan November dan minggu pertama bulan Desember tahun 2005. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, melalui uji statistik deskriptif, uji-t, uji ketepatan model, dan uji asumsi klasik. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan medis memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen (koefisien sebesar 0,05427) dengan tingkat signifikansi 7 %. Kualitas pelayanan paramedis memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen (koefisien sebesar 0,06994) dengan tingkat signifikansi 8,8 %. Kualitas pelayanan penunjang medis memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen (koefisien 0,06287) dengan tingkat signifikansi 8,9 %. Dari hasil penelitian ini, dapat diambil kesimpulan bahwa dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan.

4. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan*

*PDAM Kota Denpasar* oleh Ni Nyoman Yuliarmi dan putu Riyasa. Penelitian ini mengamati tentang pelayanan untuk memenuhi kebutuhan air bersih oleh PDAM kota Denpasar. Penelitian ini mengambil 100 responden dengan cara pengambilan sampel melalui teknik aksidental sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda, yang didahului dengan menghitung rata-rata dan standar deviasi. Dari analisis yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. Tingkat kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar yang diukur berdasarkan kontinuitas air berada dalam kategori tingkat kepuasan rendah, pencatatan meter air berada dalam kategori tingkat kepuasan

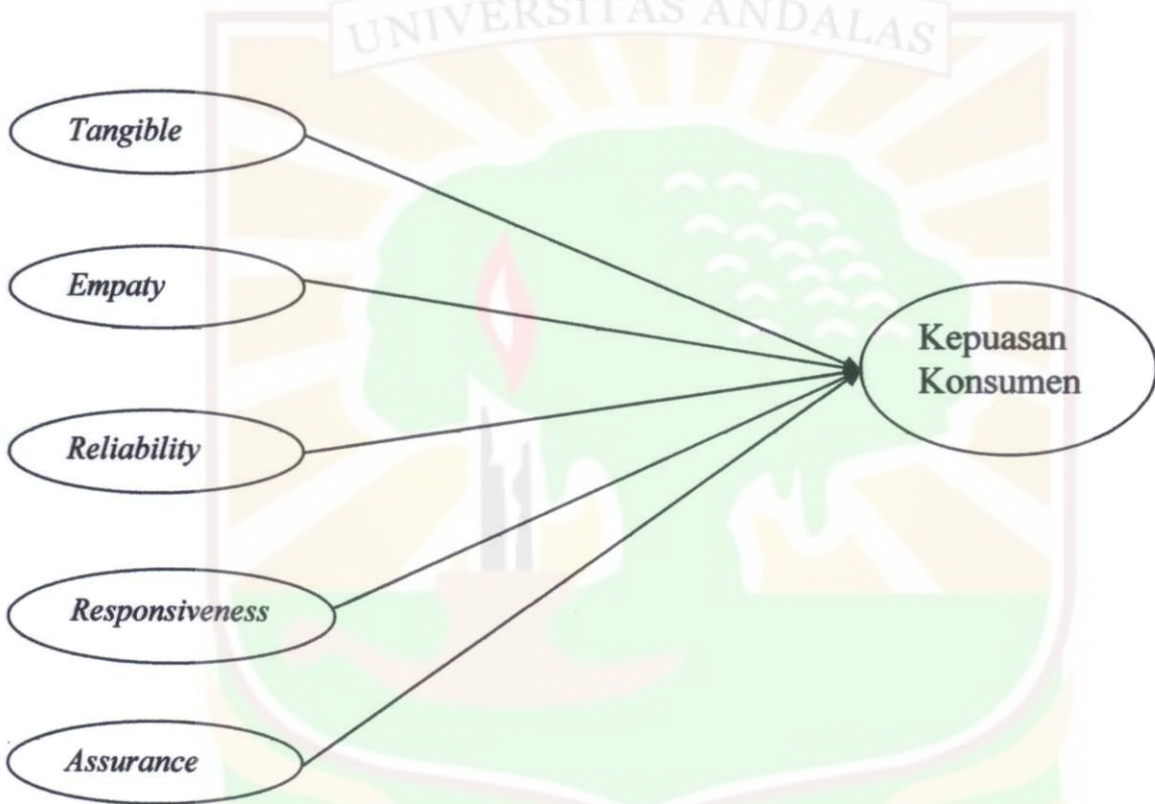
sedang, lokasi pembayaran berada dalam kategori tingkat kepuasan tinggi, dan kecepatan penanganan keluhan berada dalam kategori tingkat kepuasan rendah. Secara bersama-sama atau simultan seluruh variabel, yaitu faktor keandalan (*reliability*), faktor ketanggapan (*responsiveness*), faktor keyakinan (*assurance*), faktor empati (*emphaty*), dan faktor berwujud (*tangibel*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar. Dan secara parsial faktor ketanggapan (*responsiveness*), faktor keyakinan (*assurance*), faktor empati (*emphaty*), dan faktor berwujud (*tangibel*) berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar, sedangkan faktor keandalan (*reliability*) dalam penelitian ini tidak berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar.

5. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Bersama Samsat Uppd Dipenda Propinsi Jaten Kabupaten Sragen* oleh Kiswanto dan M. Wahyuddin. Penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan yang mencakup dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di Kantor Bersama Samsat UPPD Dipenda Propinsi Jateng Kabupaten Sragen serta mengetahui dimensi apa yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di kantor Bersama Samsat UPPD Dipenda Propinsi Jateng Kabupaten Sragen. Penelitian menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini adalah *Reliability*, *assurance*, *responsiveness*, dan *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor. Sedangkan *emphaty* berpengaruh positif namun tidak signifikan. *Reliability* mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Sragen. Hal ini didasarkan pada besar koefisien regresi, dimana *reliability* memiliki koefisien regresi terbesar dibandingkan dengan keempat variabel yang lain.

## 2.11 Kerangka Berfikir

Dalam penelitian ini, responden yang diteliti berjumlah 100 orang responden. Responden diberikan pertanyaan dari kuesioner yang berisi tentang unsur-unsur atau dimensi kualitas jasa yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dari hasil kuesioner ini akan dapat diketahui bagaimanakah pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen.

**Gambar 2.2**  
**Model Kerangka Pemikiran**



Sumber : Rustika Atmawati dan M. Wahyuddin

## 2.12 Hipotesa

Hipotesis menurut Mudjarat kuncoro (2003) adalah suatu penjelasan sementara tentang prilaku, fenomena atau keadaan tertentu yang telah terjadi aatau akan terjadi. Adapun hipotesa dalam penelitian ini adalah :

H<sub>1</sub> : Diduga *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Islam Siti Rahmah Padang.

H<sub>2</sub> : Diduga, *empaty* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang.

H<sub>3</sub> : Diduga *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang.

H<sub>4</sub> : Diduga *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang.

H<sub>5</sub> : Diduga *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang. Penelitian ini termasuk penelitian eksplanatori yaitu suatu penelitian yang mengetahui ada atau tidaknya pengaruh suatu variabel dalam suatu situasi.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan instrumen berupa kuisioner yang disebar pada minggu I bulan April 2011. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang sifatnya dapat dihitung jumlahnya dengan menggunakan metode statistik (Sugiyono, 2009)

#### 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

##### 3.2.1 Populasi

Populasi (dalam Sugiyono, 2009) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien yang pernah dirawat inap di Rumah Sakit Siti Rahmah Padang. Berdasarkan rekam medis Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang, jumlah pasien yang dirawat inap di RSI ini adalah 4796 orang pada tahun 2010.

##### 3.2.2 Sampel

Sampel (dalam Sugiyono, 2009) adalah jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan pengambilannya harus mewakili populasi. Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam suatu penelitian hendaknya dengan beberapa pertimbangan. Menurut Roscoe pada Sekaran (2006) mengatakan bahwa ukuran sampel yang tepat untuk digunakan adalah lebih dari 30 dan kurang dari 500 sampel atau berjumlah 10 atau lebih dari jumlah variabel. maka penulis mengambil sampel sebanyak 100 orang sebagai pelanggan atau pasien

Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang yang mewakili jumlah populasi pasien rawat inap pada tahun 2010. Hal ini dikarenakan jumlah populasi pasien dari Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang tidak teridentifikasi jumlahnya (tidak terbatas)

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu memilih individu yang kebetulan bertemu pada saat penelitian dilakukan untuk dijadikan sampel karena jumlah populasi yang diteliti sangat banyak (dalam Sugiyono, 2009).

### 3.3 Variabel Penelitian

Ada dua jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

#### 1. Variable Independen (X)

Variable independen atau variabel bebas adalah variabel yang berdiri sendiri tanpa ada variabel lain yang mempengaruhinya. Variabel ini terdiri dari :

##### a. *Tangible* (X<sub>1</sub>)

Yaitu jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Dengan kata lain jasa adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik.

##### b. *Empaty* (X<sub>2</sub>)

Yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumen.

##### c. *Reliability* (X<sub>3</sub>)

Adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.

##### d. *Responsiveness* (X<sub>4</sub>)

Adalah suatu respon / kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

##### e. *Assurance* (X<sub>5</sub>)

Adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

## 2. Variabel Dependen (Y)

Yaitu variabel yang terikat atau dipengaruhi oleh variabel-variabel independen yang hanya terdiri dari kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang atau pelanggan setelah membandingkan kinerja atau hasil yang diharapkan dengan harapan yang akan didapat pada Rumah Sakit Siti Rahmah Padang. Untuk lebih jelasnya, operasional variabel dalam penelitian ini adalah :

**Table 3.1**  
**Tabel Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator
Kualitas pelayanan	- <i>Tangible</i> (bukti fisik)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Fasilitas ruangan yang nyaman dan tertata bagus</li> <li>b. Fasilitas keamanan yang memadai</li> <li>c. Ketersediaan tempat ibadah</li> <li>d. Ketersediaan kantin yang bersih</li> <li>e. Ketersediaan kamar mandi/toilet yang bersih</li> <li>f. Ketersediaan tempat minum gratis(dispenser) untuk keluarga pasien</li> <li>g. Kelengkapan sarana medis</li> <li>h. Paramedis merupakan tenaga yang professional</li> <li>i. Ruangan yang bersih dan penerangan yang cukup</li> <li>j. Kerapian dan kebersihan paramedis</li> <li>k. Ketersediaan tempat parkir yang aman</li> </ul>
	- <i>Empaty</i> (empati)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Dokter dan paramedis mudah senyum</li> <li>b. Dokter dan paramedis tidak</li> </ul>

		<p>melakukan sesuatu hal yang tidak pantas dihadapan pasien</p> <p>c. Selalu tanggap dengan apa yang diinginkan pasien</p> <p>d. Memberikan perhatian khusus kepada setiap pasien</p> <p>e. Memberikan pelayanan secara merata tanpa memandang status</p>
	- <i>Reliability</i> (keandalan)	<p>a. Dokter dan paramedis mempunyai pengetahuan yan lebih</p> <p>b. Pelayanan kepada pasien dilakukan dengan baik</p> <p>c. Ketepatan waktu dokter an paramedis saat melakukan pemeriksaan</p> <p>d. Kemampuan dokter dan paramedis</p> <p>e. Prosedur penerimaan pasien dengan mudah dan cepat</p> <p>f. Kemudahan administrasi bagi setiap pasien</p>
	- <i>Responsiveness</i> (kesigapan)	<p>a. Dokter dan paramedis memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya sesuai dengan kondisi pasien</p> <p>b. Kesanggupan untuk memberikan pelayanan yang baik</p> <p>c. Paramedis mampu membantu pasien</p> <p>d. Kemampuan dokter dan paramedis dalam menyampaikan hasil kesehatan pasien</p>
	- <i>Assurance</i> (jaminan)	<p>a. Kesopanan dokter dan paramedis</p> <p>b. Pemeriksaan dan pengobatan yang baik</p> <p>c. Penguasaan dokter dan paramedis tentang penyakit yang diderita pasien</p>

Kepuasan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>d. Sikap dokter dan paramedis yang ramah dan slalu membantu</li> <li>e. Dokter yang professional dalam menangani pasien</li> <li>a. Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan</li> <li>b. Konsumen akan kembali menggunakan layanan tersebut</li> <li>c. Pelayanan diberikan sesuai dengan harapan konsumen</li> </ul>
-------------------	--

Sumber : Djunaidi, dkk (2006)

### 3.4 Jenis Data yang Digunakan

Pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah dilakukan dengan :

#### 3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan data asli atau data mentah yang langsung di peroleh penulis dari sumber data (Sugiyono, 1999). Data ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner langsung kepada responden penelitian.

#### 3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung oleh pengumpul data (Sugiyono, 1999). Penulis memperoleh data sekunder dengan mempelajari literatur seperti jurnal, buku teks, skripsi terdahulu dan internet yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Studi kepustakaan (*Desk Research*)

Penelitian ini dilakukan melalui perpustakaan atau buku-buku ilmiah yang menjadi panduan dan tulisan-tulisan (jurnal) yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Selain itu penulis juga mencari informasi dengan mendatangi Rumah

sakit islam siti Rahmah Padang untuk mendapatkan data mengenai profil RSI Siti Rahmah Padang.

## 2. Studi lapangan (*Field Research*)

Studi lapangan ini digunakan untuk memperoleh data primer yang diperoleh langsung dari objek yang akan diteliti. Penulis terlebih dahulu mendatangi RSI Siti Rahmah Padang yang berada di jl Raya By Pass Km. 15 Aie Pacah Padang. Alasan memilih RSI Siti Rahmah Padang karena dilihat dari fisik dan bangunan rumah sakit yang tidak bertingkat serta pelayanan rumah sakit ini yang bagus yang diketahui dari masyarakat (*Word of Mouth*). Selain itu RSI Siti Rahmah Padang juga dikenal sebagai rumah sakit yang islami.

Dalam penelitian ini penulis memakai kuesioner. Pertanyaan yang akan diberikan kepada responden mengenai identitas responden dan pertanyaan seputar dimensi kualitas jasa yang terdiri dari *tangible*, *empaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* serta kepuasan konsumen.

### 3.6 Instrument Penelitian

Pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang memakai skala pengukuran likert untuk mengetahui pendapat responden. Isi kuisioner dibagi atas dua bagian yaitu pertanyaan yang ada pada bagian pertama mengenai profil responden dan bagian kedua difokuskan kepada unsur-unsur atau dimensi kualitas jasa yang meliputi *tangible*, *empaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* dan kaitannya dengan kepuasan konsumen Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang.

Skala Likert adalah skala yang digunakan dalam kuesioner agar mempermudah responden dalam menjawab pertanyaan, Kemudian responden menjawab pertanyaan sesuai dengan kode yang ada dalam kuesioner. Jawaban dari para responden yang tercantum dalam

kuesioner bersifat tertutup dan dijamin kerahasiaanya. Dengan rincian penilaian sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) = Skor 5
- b. Setuju (S) = Skor 4
- c. Netral (N) = Skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) = Skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor 1

### 3.7 Teknik Pengolahan data

#### 3.7.1 Analisa Data Responden

Data responden akan dimasukkan ke komputer melalui software excel dan SPSS. Dari hasil olahan SPSS didapat persentase dan frekuensi data responden.

#### 3.7.2 Metode Analisis Data

##### 1) Uji Validitas (*Test of validitas*)

Analisa Uji validitas dilakukan untuk mengetahui dan menguji apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mampu mengukur apa yang harus diukur (Sekaran, 2006). Uji validitas ini diperoleh dengan menggunakan program *smartPLS* (Partial Least Square).

##### 2) Uji Reliabilitas

Analisa Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala-gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda (Sekaran, 2006). Uji reliabilitas ini dilakukan terhadap pertanyaan yang telah valid. Rumus yang dipakai untuk menguji reliabilitas adalah *composite reliability* yang nilainya diatas 0.7, maka semua pertanyaan dinyatakan reliabel. Dengan demikian kuesioner

yang berisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat disebarkan sebagai alat pengumpulan data yang layak.

### 3.7.3 Analisa Model Struktural / Uji hipotesis

Analisa *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan program aplikasi *smartPLS* bertujuan untuk menguji model penelitian dan pengujian hipotesis penelitian ini. Hasil dari analisa ini akan mampu memberikan jawaban dari masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini. Selanjutnya akan diperoleh koefisien path sehingga dapat diketahui hubungan dan pengaruh variabel independen tertentu terhadap variabel dependennya.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Profil Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang

Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang merupakan rumah sakit swasta madya yang berada di wilayah Sumatera Barat yang terletak di jalan Raya By Pass Km. 15 Aie Pacah Padang dengan luas areal lahan 2.760 meter persegi yang berdiri sejak tahun 2004 dan telah berperan dalam meningkatkan derajat kesehatan masyarakat wilayah Sumatera Barat pada umumnya dan kota Padang pada khususnya, dengan motto “Dengan Ridho Allah, Kesehatan Anda Tujuan Kami” .

Selain pelayanan kesehatan rumah sakit islam Siti Rahmah Padang juga telah berperan dalam menyelenggarakan dan memajukan pendidikan dan pelatihan tenaga kesehatan serta penelitian kesehatan di wilayah Sumatera Barat. Rumah Sakit ini berdiri dengan dasar hukum keputusan Menteri Kesehatan RI No. :YM.02.04.3.5.5400 tanggal 13 Desember 2005 tentang izin operasional RSI Siti Rahmah. Dan keputusan Kepala Dinas Kesehatan Propinsi Sumatera Barat No. FM.03.03.5053.VI.2004 tanggal 21 Juni 2004 tentang izin penyelenggaraan Rumah Sakit kepada Yayasan Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang.

Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang mempunyai visi “ menjadi rumah sakit pilihan masyarakat Sumatera Barat yang senantiasa berupaya mengikuti perkembangan IPTEK dalam memberikan pelayanan kesehatan terbaik yang bernuansa Islam sesuai dengan standar mutu professional”. Selain itu misi dari rumah sakit islam Siti Rahmah Padang yaitu memberikan pelayanan kesehatan yang berkualitas dan bermutu tinggi serta terjangkau oleh semua lapisan masyarakat yang diselenggarakan secara profesional dalam rangka meningkatkan derajat kesehatan masyarakat Sumatera Barat khususnya dan bangsa Indonesia pada umumnya dengan cara :

- a. Memberikan pelayanan sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi kedokteran terkini serta kesehatan yang terkini.
- b. Memjunjung tinggi nilai kepuasan konsumen
- c. Meningkatkan mutu tenaga kesehatan secara berkesinambungan
- d. Menjadi mitra yang handal dan setia
- e. Melaksanakan pendidikan, pelatihan dan penelitian yang berkualitas
- f. Mengelola seluruh sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien
- g. Meningkatkan kesejahteraan karyawan.

Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang juga mempunyai fungsi pokok yaitu menyelenggarakan kegiatan jasa pelayanan kesehatan, pendidikan dan penelitian dalam bidang kesehatan serta kegiatan lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan status kesehatan dan senantiasa berorientasi kepada kepentingan masyarakat.

#### **4.2 Identifikasi Responden**

Bagian ini membahas analisis data dan hasil penelitian yang berkaitan dengan *kualitas jasa* dan kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pengobatan dan perawatan di Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang. Secara lebih rinci pada bagian ini akan membahas mengenai tinjauan deskriptif responden, analisis pengaruh antar variabel, pengujian hipotesis serta pembahasan.

Kuesioner ini disebar pada minggu I bulan April 2011 kepada 100 orang pasien atau keluarga pasien yang pernah menjalani rawat inap di Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang. Dari hasil kuesioner yang disebar, terdapat karakteristik demografi responden sebagai berikut:

#### 4.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada bagian ini akan disajikan data berupa tabel mengenai komposisi responden berdasarkan jenis kelamin. Disini dapat dilihat bahwa perempuan lebih dominan dalam menunggui pasien di rumah sakit atau pasien itu sendiri di dominasi oleh perempuan.

Tabel 4.1  
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase(%)
Laki-laki	48	48
Perempuan	52	52
Total	100	100

Sumber : Diolah dari kuesioner oleh peneliti

#### 4.2.2 Responden Berdasarkan Kelompok Usia

Pada bagian ini akan disajikan data berupa tabel mengenai komposisi responden berdasarkan usia. Dari hasil kuesioner yang disebarakan didapatkan mayoritas responden berusia antara 20-30 tahun (38%) dengan frekuensi 38 orang. Disini dapat dilihat bahwa pasien yang menjalani rawat inap atau keluarga pasien yang menunggui pasien di rumah sakit adalah responden yang berusia 20-30 tahun.

Tabel 4.2  
Responden Berdasarkan Kelompok Usia

Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase (%)
20-30 tahun	38	38
31-40 tahun	23	23
41-50 tahun	24	24
51-60 tahun	9	9
Diatas 60 tahun	6	6
Total	100	100

Sumber : Diolah dari kuesioner oleh peneliti

#### 4.2.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pada bagian ini akan disajikan data berupa tabel mengenai komposisi responden berdasarkan tingkat pendidikan. Dari hasil kuesioner yang disebarakan didapatkan mayoritas responden mempunyai tingkat pendidikan SMA / sederajat (51%) dengan frekuensi 51 orang

Tabel 4.3  
Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SMP/ sederajat	4	4
SMA/ sederajat	51	51
Diploma	4	4
Sarjana	23	23
Pasca Sarjana	6	6
Lainnya	12	12
Total	100	100

Sumber : Diolah dari kuesioner oleh peneliti

#### 4.2.4 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pada bagian ini akan disajikan data berupa tabel mengenai komposisi responden berdasarkan jenis pekerjaan. Dari hasil kuesioner yang disebarkan didapatkan mayoritas responden mempunyai jenis pekerjaan PNS/TNI/POLRI dan Rumah Tangga (27%) dengan frekuensi 27 orang.

Tabel 4.4  
Responden Berdasarkan jenis pekerjaan

Tingkat pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar/mahasiswa	11	11
PNS/TNI/POLRI	27	27
Karyawan BUMN	3	3
Petani	2	2
Wiraswasta	8	8
Pensiunan	3	3
Rumah tangga	27	27
Lainnya	19	19
Total	100	100

Sumber : Diolah dari kuesioner oleh peneliti

#### 4.2.5 Responden Berdasarkan Penghasilan/ bulan

Pada bagian ini akan disajikan data berupa tabel mengenai komposisi responden berdasarkan jenis pekerjaan. Dari hasil kuesioner yang disebarkan didapatkan mayoritas responden mempunyai penghasilan dibawah Rp 1 juta (46%) dengan frekuensi 46 orang.

Tabel 4.5  
Responden Berdasarkan penghasilan/bulan

Penghasilan	Frekuensi	Persentase (%)
< Rp 1 jt	46	46
Rp 1jt-Rp 2jt	22	22
Rp 2jt- Rp 3jt	18	18
Rp 3jt- Rp 4jt	11	11
>Rp 4jt	3	3
Total	100	100

Sumber : Diolah dari kuesioner oleh peneliti

### 4.3 Deskripsi Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen

Pada bagian berikutnya akan dijelaskan mengenai hasil penelitian pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang. Selanjutnya akan dijelaskan berdasarkan tiap-tiap indikator pertanyaan pada kuesioner sebagai berikut :

#### 4.3.1 Reliability (keandalan)

a) Dokter dan paramedis mempunyai pengetahuan yang lebih

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang keandalan, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang pengetahuan dokter dan paramedis yang dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut :

Tabel 4.6

Pendapat Responden bahwa dokter dan paramedis mempunyai pengetahuan yang lebih

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	24	24
Setuju	42	42
netral	30	30
Tidak setuju	0	0
Sangat tidak setuju	4	4
Total	100	100%

Sumber : Hasil Kuesioner

Dari tabel diatas menunjukkan kepada kita tentang pendapat responden bahwa dokter dan paramedis mempunyai pengetahuan yang lebih. Banyak responden yang memilih setuju (42%), bahkan ada responden yang sangat setuju (24%) dan tidak ada responden yang memilih tidak setuju, tetapi ada responden yang memilih sangat tidak setuju (4%). Maka dapat

disimpulkan bahwa dokter dan paramedis mempunyai pengetahuan yang lebih. Ini menandakan bahwa pengetahuan dokter dan paramedis memberikan kepuasan bagi pasien.

b) Pelayanan kepada pasien diberikan dengan baik

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang keandalan, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang pelayanan yang diberikan kepada pasien yang dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut :

Tabel 4.7

Pendapat responden tentang pelayanan kepada pasien diberikan dengan baik

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	27	27
Setuju	62	62
netral	9	9
Tidak setuju	2	2
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100 %

Sumber : hasil kuesioner

Dari tabel di atas menunjukkan kepada kita tentang pendapat responden bahwa paramedis dan dokter memberikan pelayanan yang baik kepada pasiennya. Banyak responden yang memilih setuju dan hanya 2% responden yang tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan kepada pasien, namun perlu juga ditingkatkan mengingat terdapat 62% responden yang menjawab netral.

c) Ketepatan waktu dokter dan paramedis saat melakukan pemeriksaan

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang keandalan, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang ketepatan waktu dokter dan paramedis saat melakukan pemeriksaan yang dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut :

Tabel 4.8

Pendapat responden tentang ketepatan waktu dokter dan paramedis saat melakukan pemeriksaan

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	33	33
Setuju	54	54
netral	10	10
Tidak setuju	3	3
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100 %

Sumber : hasil kuesioner

Pada tabel 4.8 dapat dilihat pendapat responden mengenai ketepatan dokter dan paramedis saat melakukan pemeriksaan, maka ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu cukup memberikan kepuasan kepada pasien. Namun perlu juga diperhatikan masih terdapat 3% responden yang tidak setuju dan 10% responden responden yang netral.

#### d) Kemampuan dokter dan paramedis

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang keandalan, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang kemampuan dokter dan paramedis yang dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut

Tabel 4.9

Pendapat responden tentang kemampuan dokter dan paramedis

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	17	17
Setuju	51	51
netral	29	29
Tidak setuju	3	3
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100 %

Sumber : hasil kuesioner

Pada tabel 4.9 dapat dilihat pendapat responden tentang kemampuan dokter dan paramedis. Hampir semua responden setuju dengan pernyataan bahwa dokter dan paramedis memiliki kemampuan dalam menjalani pengobatan dan masih ada responden yang tidak setuju dengan hal ini.

e) Kemudahan administrasi bagi setiap pasien

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang keandalan, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang kemudahan administrasi yang diterapkan di rumah sakit islam siti rahmah padang yang dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut :

Tabel 4.10  
Pendapat responden tentang kemudahan administrasi bagi setiap pasien

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	29	29
Setuju	46	46
netral	18	18
Tidak setuju	7	7
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100 %

Sumber : hasil kuesioner

Pada tabel 4.10 dapat dilihat pendapat responden tentang kemudahan administrasi yang diterapkan di rumah sakit ini. Banyak dari responden yang menjawab setuju, bahkan 29% responden merasakan kemudahan administrasi dirumah sakit ini. Namun ada 18% yang netral, 7% tidak setuju. RSI Siti Rahmah harus terus berupaya memberikan kemudahan kepada konsumen dalam proses administrasi.

f) Prosedur penerimaan pasien dengan mudah dan cepat

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang keandalan, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang prosedur penerimaan pasien yang dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut :

Tabel 4.11

Pendapat responden tentang prosedur penerimaan pasien dengan mudah dan cepat

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	32	32
Setuju	51	51
netral	11	11
Tidak setuju	5	5
Sangat tidak setuju	1	1
Total	100	100 %

Sumber : hasil kuesioner

Pada tabel 4.11 dapat dilihat pendapat responden tentang prosedur penerimaan pasien. Banyak dari responden yang mendapatkan kemudahan dalam proses penerimaan pasien. Namun ada 11% yang netral, 5% tidak setuju dan 1% responden sangat tidak setuju. Ini berarti pihak RSI Siti Rahmah padang harus memberikan kemudahan dalam proses penerimaan pasien dan dilakukan dengan cepat.

### 4.3.2 Responsiveness (ketanggapan)

#### a) Kesanggupan dokter dan paramedis untuk memberikan pelayanan yang baik

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang responsiveness (ketanggapan) dari pihak rumah sakit, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang kesanggupan dokter dan paramedis dalam memberikan pelayanan kepada pasien. Pada tabel 4.12 dapat dilihat pendapat responden bahwa sebagian besar dari mereka menilai bahwa dokter dan paramedis sanggup memberikan pelayanan yang baik kepada pasien.

Tabel 4.12

Pendapat responden tentang kesanggupan dokter dan paramedis untuk memberikan pelayanan yang baik

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	22	22
Setuju	56	56
netral	21	21
Tidak setuju	1	1
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100 %

Sumber : hasil kuesioner

#### b) Paramedis mampu membantu pasien

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang ketanggapan RS ini, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang kemampuan paramedis untuk membantu pasien

Tabel 4.13

Pendapat responden tentang paramedis mampu membantu pasien

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	16	16
Setuju	63	63
netral	13	13
Tidak setuju	8	8
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

Pada tabel 4.13 dapat diketahui bahwa responden merasakan bahwa paramedis mampu membantu pasien namun masih ada responden yang tidak setuju dengan pernyataan ini. Membantu pasien merupakan tugas dari seorang paramedis dalam membantu pasien yang sedang sakit, agar pasien merasa puas.

#### c) Kemampuan dokter dan paramedis dalam menyampaikan hasil kesehatan pasien

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang ketanggapan pihak rumah sakit, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang kemampuan dokter dan paramedis dalam menyampaikan hasil kesehatan pasien.

Tabel 4.14

Pendapat responden tentang Kemampuan dokter dan paramedis dalam menyampaikan hasil kesehatan pasien

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	22	22
Setuju	57	57
netral	16	16
Tidak setuju	4	4
Sangat tidak setuju	1	1
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

Pada tabel 4.14 dapat diketahui bahwa responden menilai kesanggupan dokter dan paramedis dalam menyampaikan hasil kesehatan pasien sebanyak 57%, bahkan ada responden yang menjawab sangat setuju (22%). Terlihat dari banyaknya responden yang setuju dengan pernyataan tersebut dan hanya 1% yang tidak sependapat.

#### d) Dokter dan paramedis memberikan pelayanan sebaik-baiknya sesuai dengan kondisi pasien

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang ketanggapan pihak rumah sakit, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan kondisi pasien

Tabel 4.15

Pendapat responden tentang Dokter dan paramedis memberikan pelayanan sebaik-baiknya sesuai dengan kondisi pasien

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat setuju	30	30
Setuju	52	52
netral	16	16
Tidak setuju	2	2
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

Pada tabel 4.15 dapat diketahui bahwa responden menilai kesesuaian antara pelayanan yang diberikan oleh dokter dan paramedis dengan kondisi pasien sebanyak 52%, bahkan ada responden yang menjawab sangat setuju (30%). Terlihat dari banyaknya responden yang setuju dengan pernyataan tersebut dan hanya 2% yang tidak setuju dengan pernyataan ini.

### 4.3.3 Assurance (jaminan)

#### a) Kesopanan dokter dan paramedis

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang *assurance*, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang kesopanan dokter dan paramedis.

Dari tabel 4.16 terlihat bahwa sebagian besar responden setuju bahwa dokter dan paramedis rumah sakit ini sopan-sopan hanya 2% yang tidak setuju. Dalam artian dokter dan paramedis menjaga kesopanan didepan pasien. Rumah Sakit Islam Siti Rahmah tidak hanya memberikan pelayanan yang baik namun juga memperlihatkan kesopanan yang tinggi.

Tabel 4.16

Pendapat responden tentang kesopanan dokter dan paramedis

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	29	29
Setuju	58	58
netral	11	11
Tidak setuju	2	2
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

## b) Pemeriksaan dilakukan dengan baik

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang *assurance*, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang pemeriksaan yang dilakukan dengan baik yang dapat dilihat pada tabel 4.17 berikut :

Tabel 4.17

Pendapat responden tentang pemeriksaan dilakukan dengan baik

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	26	26
Setuju	60	60
netral	13	13
Tidak setuju	1	1
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden setuju dengan pemeriksaan yang dilakukan oleh dokter dan paramedis dilakukan dengan baik.

## c) Pengetahuan dokter dan paramedis tentang penyakit yang diderita pasien

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang *assurance*, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang pengetahuan dokter dan paramedis tentang penyakit yang diderita pasien. Hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.18 berikut :

Tabel 4.18

Pendapat responden tentang pengetahuan dokter dan paramedis tentang penyakit yang diderita pasien

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	36	36
Setuju	37	37
netral	22	22
Tidak setuju	4	4
Sangat tidak setuju	1	1
Total	100	100 %

Sumber : hasil kuesioner

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa dokter dan paramedis mempunyai pengetahuan tentang penyakit yang diderita pasien. Namun masih ada responden yang tidak setuju dengan pernyataan ini.

d) Sikap dokter dan paramedis yang ramah dan selalu membantu

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang *assurance*, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang sikap dokter dan paramedis yang ramah dan selalu membantu. Hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.19 berikut :

Tabel 4.19

Pendapat responden tentang sikap dokter dan paramedis yang ramah dan selalu membantu

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	32	32
Setuju	57	57
netral	10	10
Tidak setuju	1	1
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100 %

Sumber : hasil kuesioner

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa dokter dan paramedis bersikap ramah dan selalu membantu. Namun masih ada responden yang tidak setuju dengan pernyataan ini (1%).

e) Dokter profesional dalam menangani pasien

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang *assurance*, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang profesionalisme seorang dokter dalam menangani pasien. Hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.20 berikut :

Tabel 4.20  
Pendapat responden tentang dokter profesional dalam menangani pasien

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	25	25
Setuju	47	47
netral	23	23
Tidak setuju	5	5
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100 %

Sumber : hasil kuesioner

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa dokter profesional dalam menangani pasien. Namun masih ada responden yang tidak setuju dengan pernyataan ini (5%)

#### 4.3.4 Empati (empathy)

a) Memberikan perhatian khusus kepada setiap pasien

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang empati, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang perhatian khusus yang diberikan kepada setiap pasien

Dari tabel dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa dokter dan paramedis memberikan perhatian khusus kepada setiap pasien (51%), namun masih terdapat responden yang tidak setuju dengan pernyataan ini (1%) berarti masih ada responden yang tidak mendapatkan perhatian khusus dari dokter ataupun paramedis. Berikut tabel pendapat responden :

Tabel 4.21

Pendapat responden tentang memberikan perhatian khusus kepada setiap pasien

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	10	10
Setuju	51	51
netral	33	33
Tidak setuju	5	5
Sangat tidak setuju	1	1
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

b) Selalu tanggap terhadap apa yang dibutuhkan pasien

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang empati dari RS ini, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang ketanggapan dokter atau paramedis terhadap apa yang dibutuhkan pasien yang dapat dilihat pada tabel 4.22 berikut :

Tabel 4.22

Pendapat responden tentang selalu tanggap terhadap apa yang dibutuhkan pasien

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	13	13
Setuju	58	58
netral	21	21
Tidak setuju	7	7
Sangat tidak setuju	1	1
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

Tabel 4.22 memperlihatkan bahwa mayoritas responden setuju kalau dokter atau paramedis selalu tanggap terhadap apa yang dibutuhkan pasien. Hanya 1% dari responden yang tidak setuju dengan pendapat ini. Agar pasien puas dengan pelayanan di rumah sakit ini, maka pihak rumah sakit harus selalu tanggap dan cepat membantu pasien.

c) Dokter dan paramedis mudah senyum

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang empati, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang dokter dan paramedis yang mudah senyum kepada pasien atau keluarga pasien yang dapat dilihat pada tabel 4.23 berikut :

Tabel 4.23

Pendapat responden tentang dokter dan paramedis mudah senyum

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	27	27
Setuju	51	51
netral	16	16
Tidak setuju	6	6
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

*Sumber : hasil kuesioner*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas pelanggan setuju dengan pernyataan bahwa dokter dan paramedis rumah sakit ini mudah memberikan senyuman kepada pasien atau keluarga pasien hanya 6% yang menyatakan tidak setuju. Senyuman yang diberikan kepada pasien atau keluarga pasien/pengunjung rumah sakit diharapkan agar pasien atau pengunjung merasa nyaman menjalani pengobatan di rumah sakit ini.

d) Dokter dan paramedis tidak melakukan sesuatu hal yang tidak pantas dihadapan pasien

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang empati, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang dokter dan paramedis tidak melakukan sesuatu hal yang tidak pantas dihadapan pasien yang dapat dilihat pada tabel 4.24 berikut :

Tabel 4.24

Pendapat responden tentang dokter dan paramedis tidak melakukan sesuatu hal yang tidak pantas dihadapan pasien

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	12	12
Setuju	64	64
netral	23	23
Tidak setuju	1	1
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

*Sumber : hasil kuesioner*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa dokter dan paramedis tidak melakukan sesuatu hal yang tidak pantas dihadapan pasien hanya 1% yang menyatakan tidak setuju. Jika dokter dan paramedis melakukan hal-hal yang

tidak pantas dihadapan pasien, maka pasien akan berfikiran negatif kepada mereka, bahkan pasien menganggap mereka tidak menjalankan tugasnya dengan baik atau tidak profesional.

e) Memberikan pelayanan secara merata tanpa memandang status

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang empati, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang apakah pelayanan yang diberikan kepada pasien secara merata atau tidak yang dapat dilihat pada tabel 4.25 berikut :

Tabel 4.25  
Pendapat responden tentang memberikan pelayanan secara merata tanpa memandang status

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	12	12
Setuju	64	64
netral	23	23
Tidak setuju	1	1
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas pelanggan setuju dengan pernyataan bahwa dokter dan paramedis rumah sakit ini memberikan pelayanan secara merata tanpa memandang status kepada pasien hanya 1% yang menyatakan tidak setuju.

#### 4.3.5 *Tangible* (bukti fisik)

a) Fasilitas ruangan yang nyaman dan tertata bagus

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang bukti fisik atau tampilan dari rumah sakit ini, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang fasilitas ruangan yang nyaman dan tertata bagus.

Tabel pendapat responden memperlihatkan bahwa mayoritas pasien atau konsumen setuju bahwa fasilitas ruangan di rumah sakit ini nyaman dan tertata bagus (56%), bahkan sebanyak 36% responden menilai sangat setuju. Hanya 2% yang tidak setuju. Fasilitas di dalam ruangan yang tertata bagus dan nyaman membuat pasien merasa nyaman dan dapat beristirahat dengan baik.

Tabel 4.26

Pendapat responden tentang fasilitas ruangan yang nyaman dan tertata bagus

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	36	36
Setuju	56	56
netral	6	6
Tidak setuju	2	2
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

#### b) Fasilitas keamanan yang memadai

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang bukti fisik dari rumah sakit ini, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang fasilitas keamanan dirumah sakit ini dan dapat dilihat pada tabel 4.27 berikut :

Tabel 4.27

Pendapat responden tentang fasilitas keamanan yang memadai

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	38	38
Setuju	35	35
netral	25	25
Tidak setuju	2	2
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

Tabel di atas memperlihatkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju bahwa fasilitas keamanan yang tersedia di rumah sakit ini sangat memadai. Namun masih ada responden yang tidak setuju dengan hal tersebut (2%). Fasilitas keamanan sangat penting dan harus disediakan oleh pihak rumah sakit.

#### c) Ketersediaan tempat ibadah

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang bukti fisik rrumah sakit islam siti rahmah padang, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang ketersediaan tempat ibadah di rumah sakit ini dapat dilihat pada tabel 4.28 berikut :

Tabel 4.28  
Pendapat responden tentang ketersediaan tempat ibadah

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	37	37
Setuju	35	35
netral	26	26
Tidak setuju	2	2
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

Tabel 4.28 memberikan gambaran tentang ketersediaan tempat ibadah dirumah sakit ini. Mayoritas responden sangat setuju (37%) dengan pendapat ini. Namun terdapat 26% responden yang merasa netral dan 2% tidak setuju. Ketersediaan tempat ibadah di dalam lingkungan rumah sakit sangat membantu keluarga pasien atau para pengunjung, sehingga mereka tidak perlu mencari tempat ibadah yang berada jauh dari lingkungan rumah sakit.

#### d) Ketersediaan dan kebersihan kantin

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang bukti fisik rrumah sakit islam siti rahmah padang, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang ketersediaan dan kebersihan kantin di rumah sakit ini dapat dilihat pada tabel 4.29 berikut :

Tabel 4.29  
Pendapat responden tentang ketersediaan tempat ibadah

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	14	14
Setuju	49	49
netral	33	33
Tidak setuju	4	4
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

Tabel 4.29 memberikan gambaran tentang ketersediaan dan kebersihan kantin dirumah sakit ini. Mayoritas responden setuju (49%) dengan pendapat ini. Dan terdapat 14% responden yang merasa sangat setuju dan 4% tidak setuju.

e) Ketersediaan kamar mandi /toilet yang bersih

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang bukti fisik rumah sakit islam siti rahmah padang, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang ketersediaan kamar mandi/toilet yang bersih di rumah sakit ini dapat dilihat pada tabel 4.30 berikut :

Tabel 4.30

Pendapat responden tentang ketersediaan kamar mandi/toilet yang bersih

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	19	19
Setuju	49	49
netral	32	32
Tidak setuju	0	0
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

Tabel 4.30 memberikan gambaran tentang ketersediaan kamar mandi/toilet yang bersih dirumah sakit ini. Mayoritas responden setuju (49%) dengan pendapat ini. Dan terdapat 19% responden yang merasa sangat setuju dan tidak ada tesponden yang menjawab tidak setuju.

f) Ketersediaan tempat minum gratis/dispenser bagi keluarga pasien

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang bukti fisik rumah sakit islam siti rahmah padang, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang ketersediaan tempat minum gratis/dispenser bagi keluarga pasien di rumah sakit ini dapat dilihat pada tabel 4.31 berikut :

Tabel 4.31

Pendapat responden tentang ketersediaan tempat minum gratis/dispenser bagi keluarga pasien

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	40	40
Setuju	38	38
netral	21	21
Tidak setuju	1	1
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

Tabel 4.31 memberikan gambaran tentang ketersediaan tempat minum gratis/dispenser bagi keluarga pasien dirumah sakit ini. Mayoritas responden sangat setuju (40%) dengan pendapat ini. Dan terdapat 38% responden yang merasa setuju dan 1% tidak setuju.

g) Kelengkapan sarana medis

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang bukti fisik atau tampilan dari rumah sakit ini yang dapat dilihat dengan mata, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang perlengkapan sarana medis di rumah sakit islam siti rahmah padang.

Tabel pendapat responden memperlihatkan bahwa mayoritas pasien atau konsumen setuju bahwa sarana medis di rumah sakit ini lengkap (54%), bahkan sebanyak 22% responden menilai sangat setuju. Hanya 3% yang tidak setuju. Selain pelayanan yang baik kelengkapan sarana medis juga menjadi prioritas utama konsumen memilih rumah sakit ini untuk menjalani pengobatan.

Tabel 4.32  
Pendapat responden tentang kelengkapan sarana medis

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	22	22
Setuju	54	54
netral	21	21
Tidak setuju	3	3
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

h) Paramedis merupakan tenaga yang profesional

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang bukti fisik atau tampilan dari rumah sakit ini, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang profesionalisme paramedis rumah sakit ini.

Tabel pendapat responden memperlihatkan bahwa mayoritas pasien atau konsumen setuju bahwa paramedis di rumah sakit ini adalah tenaga yang profesional (37%), bahkan sebanyak 38% responden menilai sangat setuju. Hanya 2% yang tidak setuju.

Tabel 4.33

Pendapat responden tentang paramedis merupakan tenaga yang profesional

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	38	38
Setuju	37	37
netral	23	23
Tidak setuju	2	2
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

## i) Ruangan yang bersih dan penerangan yang cukup

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang bukti fisik atau tampilan dari rumah sakit ini, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang ruangan yang bersih dan penerangan yang cukup.

Tabel pendapat responden memperlihatkan bahwa mayoritas pasien atau konsumen setuju bahwa ruangan di rumah sakit ini bersih dan penerangannya juga cukup (59%), bahkan sebanyak 30% responden menilai sangat setuju. Tidak ada responden yang menjawab tidak setuju. Kebersihan ruangan dan penerangan yang cukup dapat membuat pasien dan keluarga pasien nyaman.

Tabel 4.34

Pendapat responden tentang ruangan yang bersih dan penerangan yang cukup

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	30	30
Setuju	59	59
netral	11	11
Tidak setuju	0	0
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

## j) Kerapian dan kebersihan paramedis

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang bukti fisik atau tampilan dari rumah sakit ini, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang kerapian dan kebersihan paramedis.

Tabel pendapat responden memperlihatkan bahwa mayoritas pasien atau konsumen setuju bahwa paramedis rumah sakit ini mempunyai tingkat kebersihan dan kerapian yang tinggi (67%), bahkan sebanyak 22% responden menilai sangat setuju. Hanya 1% yang tidak setuju.

Tabel 4.35  
Pendapat responden tentang kebersihan dan kerapian paramedis

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	22	22
Setuju	67	67
netral	10	10
Tidak setuju	1	1
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

k) Ketersediaan tempat parkir yang aman

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang bukti fisik atau tampilan dari rumah sakit ini, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang ketersediaan tempat parkir yang aman.

Tabel pendapat responden memperlihatkan bahwa mayoritas pasien atau konsumen setuju bahwa di rumah sakit ini tersedia tempat parkir yang aman (40%), bahkan sebanyak 38% responden menilai sangat setuju. Hanya 1% yang tidak setuju.

Tabel 4.36  
Pendapat responden tentang ketersediaan tempat parkir yang aman

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	38	38
Setuju	40	40
netral	21	21
Tidak setuju	1	1
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

### 4.3.6 Kepuasan konsumen

#### a) Kepuasan secara menyeluruh terhadap layanan rawat inap di RSI Siti Rahmah Padang

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang kepuasan konsumen maka penulis menanyakan pendapat responden tentang kepuasan konsumen secara menyeluruh terhadap layanan rawat inap di rumah sakit ini yang dapat dilihat pada tabel 4.37 berikut :

Tabel 4.37

Pendapat responden tentang kepuasan secara menyeluruh terhadap layanan rawat inap rumah sakit islam siti rahmah padang

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	34	34
Setuju	42	42
netral	22	22
Tidak setuju	2	2
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

Dari jawaban responden, mayoritas pasien puas terhadap layanan rawat inap rumah sakit ini hanya 2% yang menyatakan tidak setuju. Kepuasan ini didapat dari pelayanan yang diberikan serta keramahan dari dokter dan paramedisnya serta layanan-layanan lainnya.

#### b) Keinginan untuk kembali menggunakan layanan rawat inap dirumah sakit ini

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang keinginan untuk kembali menggunakan layanan rawat inap dirumah sakit ini. Berdasarkan tabel 4.38 dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab netral, artinya responden bisa kembali dan bisa juga tidak akan kembali menggunakan layanan rawat inap dirumah sakit islam siti rahmah padang. Hanya 2% responden yang tidak setuju dengan pernyataan ini. Jika pelanggan mempunyai kenangan dan pengalaman yang baik tentang pelayanan, mereka cenderung akan kembali menggunakan layanan tersebut lagi dimasa yang akan datang.

Tabel 4.38

Pendapat responden tentang keinginan untuk kembali menggunakan layanan rawat inap rumah sakit islam siti rahmah

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	35	35
Setuju	25	25
netral	38	38
Tidak setuju	2	2
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

#### c) Kesesuaian antara layanan yang diberikan dengan harapan konsumen

Untuk dapat melihat bagaimana pendapat responden tentang kepuasan yang mereka dapat, maka penulis menanyakan pendapat responden tentang kesesuaian antara layanan yang diberikan dengan harapan konsumen yang dapat dilihat pada tabel 4.39 berikut:

Tabel 4.39

Pendapat responden tentang kesesuaian antara layanan yang diberikan dengan harapan konsumen

Kriteria Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat setuju	34	34
Setuju	40	40
netral	19	19
Tidak setuju	7	7
Sangat tidak setuju	0	0
Total	100	100%

Sumber : hasil kuesioner

Dari tabel di atas didapat gambaran bahwa 40% responden merasa harapan mereka telah sesuai dengan layanan yang mereka dapatkan. Bahkan ada responden yang menjawab sangat setuju. Namun ada juga responden yang hanya berada pada level netral (19%) dan tidak setuju (7%).

#### 4.4 Analisis Data

Penelitian ini menggunakan prosedur standar SmartPLS untuk menganalisis data. PLS dikembangkan pertama kali oleh Wold sebagai metode umum untuk mengestimasi path model yang menggunakan konstruk laten dengan multiple indikator. Penganalisaan ini

menggunakan dua langkah. Langkah pertama, model pengukuran menguji validitas dan reliabilitas. Pada langkah kedua, model dioperasikan lagi untuk menguji hipotesis.

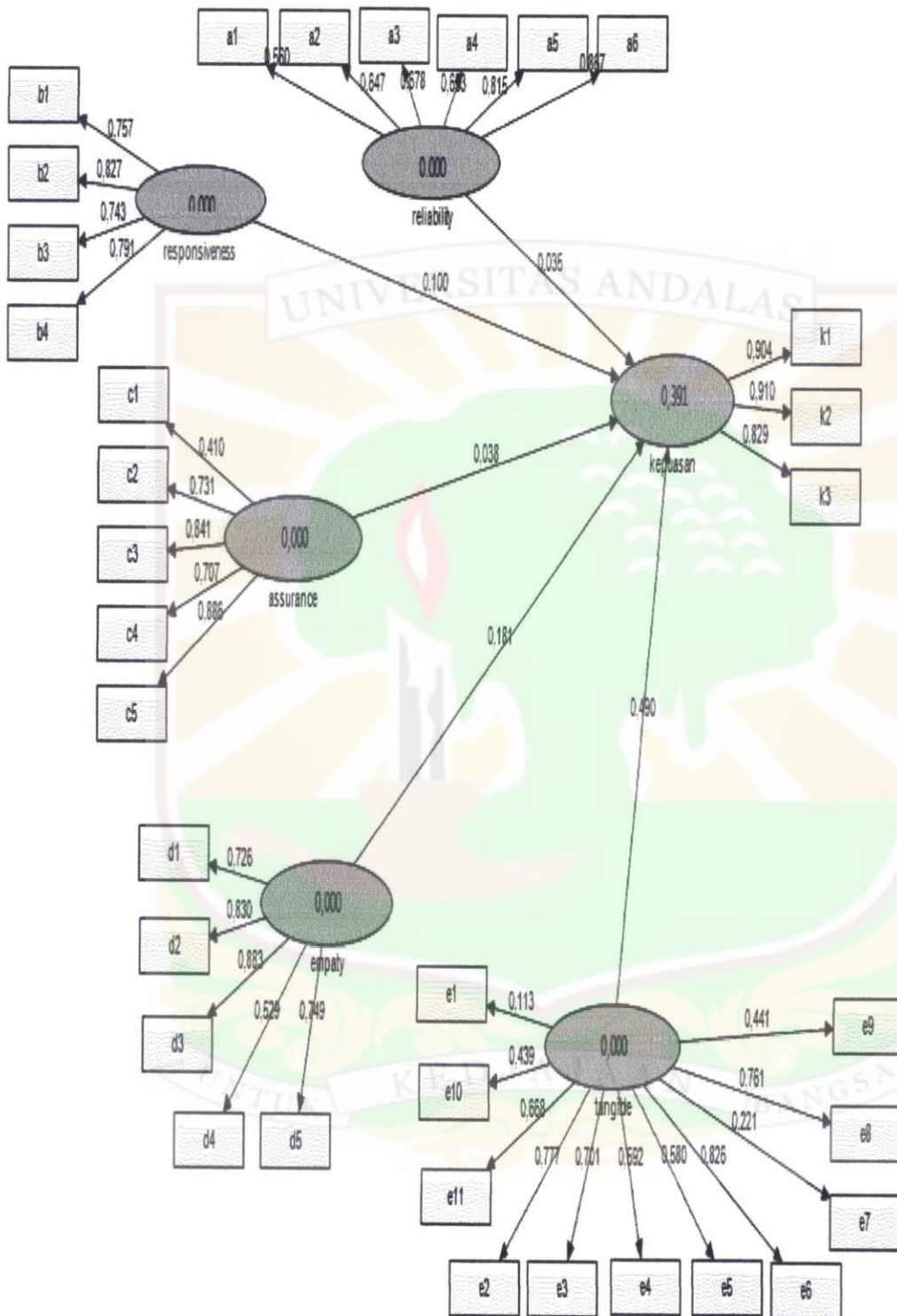
Langkah pertama, data ini diinput ke dalam format excel kemudian dipindahkan dalam format notepad. Data-data yang dipindahkan dalam bentuk notepad ini tidak boleh ada data yang kosong. Selanjutnya data baru bisa diolah dengan Smart PLS.

#### 4.4.1 Model Measurement

##### a. Uji Validitas

Pengujian validitas untuk indikator reflektif menggunakan korelasi antara skor item dengan skor konstruksinya. Suatu indikator dianggap valid jika memiliki nilai korelasi di atas 0,70. Namun untuk loading 0,50 sampai 0,60 masih dapat diterima dengan melihat output korelasi antara indikator dengan konstruksinya.

Pada penelitian ini, peneliti mengambil nilai loading 0,60 karena berpedoman pada penelitian-penelitian sebelumnya yang juga menggunakan nilai 0,60 sebagai standar validitas datanya. Namun, jika penelitian ini baru pertama kali dilakukan 0,50 dijadikan sebagai standar nilai uji validitas. Pada awal menguji validitas, ada beberapa data yang tidak valid karena nilai *loading*nya kurang dari 0.60.



Gambar 4.1 Model Antar Konstruk Output Smartpls Awal

Tabel 4.40 Cross Loading Awal

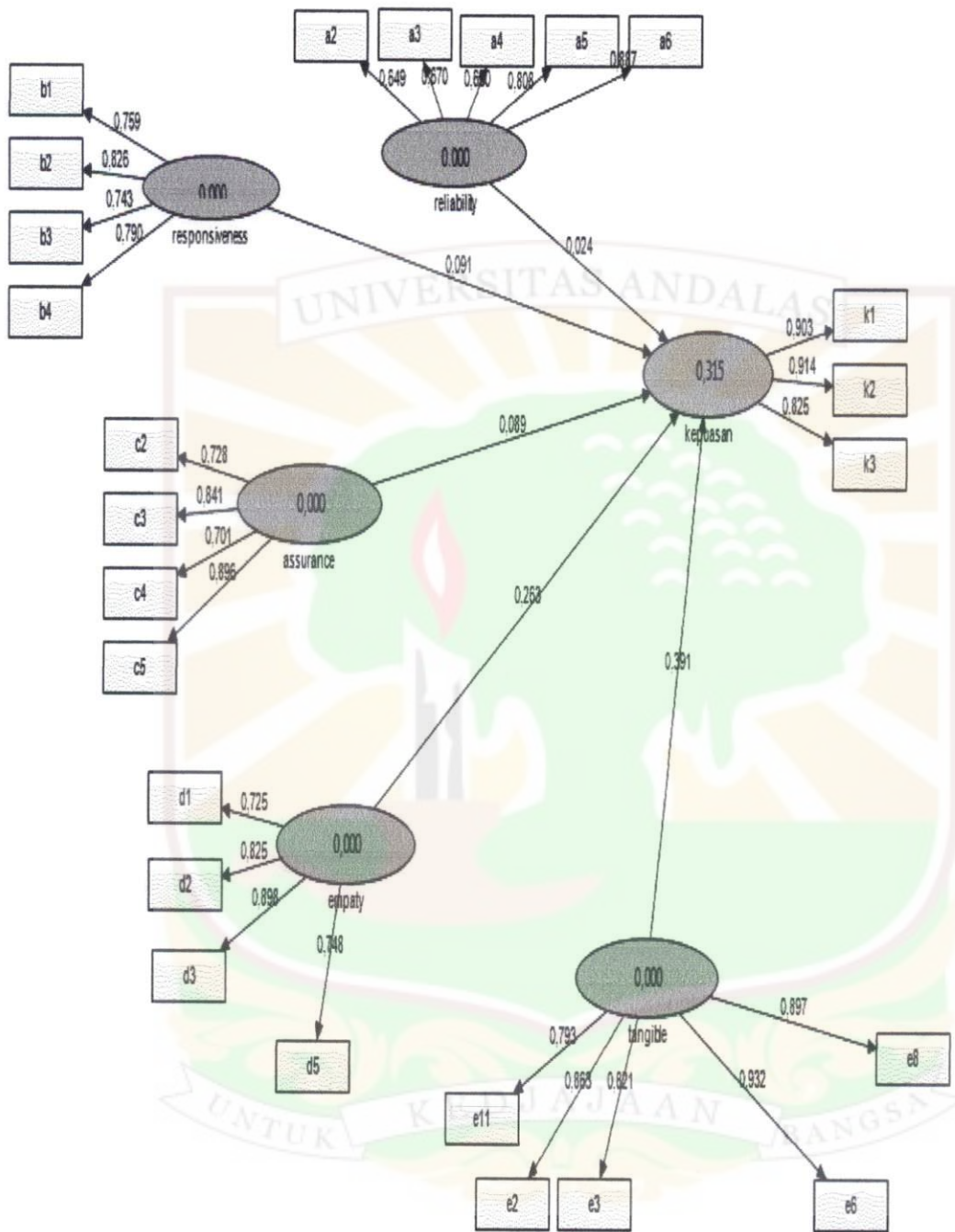
	assurance	empaty	kepuasan	reliability	responsiveness	tangible
a1	0,264466	0,097892	0,051245	0,559631	0,377326	0,160886
a2	0,314124	0,308707	0,102775	0,647375	0,523687	-0,056764
a3	0,356840	0,368845	0,074355	0,677841	0,466977	0,155856
a4	0,566557	0,425993	0,120206	0,633410	0,610297	-0,010481
a5	0,164694	0,160763	0,247571	0,815213	0,329360	0,128143
a6	0,376307	0,383801	0,274253	0,867083	0,450178	0,209201
b1	0,611031	0,563557	0,311676	0,427459	0,757206	0,234332
b2	0,399082	0,518426	0,291395	0,500128	0,827050	0,065983
b3	0,540276	0,572054	0,227991	0,395872	0,742849	0,001220
b4	0,496159	0,612204	0,147029	0,517820	0,790507	0,003856
c1	0,410312	0,467246	0,040842	0,057135	0,435318	-0,101163
c2	0,731123	0,607664	0,158839	0,397767	0,521335	0,223878
c3	0,841209	0,609334	0,267951	0,254651	0,485895	-0,035647
c4	0,707368	0,713794	0,232725	0,346109	0,489572	0,123241
c5	0,886446	0,654925	0,334529	0,412940	0,584819	0,135833
d1	0,508281	0,725785	0,191361	0,338054	0,477518	0,099936
d2	0,607885	0,829560	0,309025	0,363387	0,647964	0,022176
d3	0,717007	0,882803	0,430799	0,299066	0,586692	0,314525
d4	0,525472	0,528830	0,108847	0,198302	0,422857	0,018078
d5	0,704204	0,749293	0,247009	0,297697	0,567399	0,063828
e1	0,188582	0,168738	0,286512	-0,071447	0,105569	0,113294
e10	0,376927	0,283850	0,316703	0,233857	0,325320	0,438638
e11	-0,191141	-0,142145	0,261135	0,038352	-0,053468	0,668374
e2	0,022194	0,070129	0,316602	0,110441	-0,014902	0,777434
e3	-0,012459	0,005278	0,223016	0,129319	0,016081	0,700531
e4	0,200351	0,255436	0,387378	0,170162	0,134663	0,592458
e5	-0,053556	0,102961	0,376623	-0,070317	-0,077534	0,579621
e6	-0,150256	-0,048412	0,419356	0,109538	-0,046634	0,825768
e7	0,619469	0,461320	0,194866	0,271049	0,566388	0,221442
e8	-0,096089	-0,043938	0,324742	0,059629	-0,044861	0,760567
e9	0,080078	0,124807	0,105459	0,041403	0,114009	0,441217
k1	0,326913	0,406382	0,904103	0,189932	0,329921	0,495045
k2	0,342455	0,388244	0,910016	0,180759	0,299432	0,539108
k3	0,148390	0,177321	0,829160	0,348580	0,248601	0,383428

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2011

Ada empat indikator variabel yang berada dibawah 0,6 atau tidak memenuhi kriteria yaitu

- a. Indikator variabel reliability : pengetahuan dokter dan para medis (a1)
- b. Indikator variabel assurance : kesopanan dokter dan paramedis (c1)
- c. Indikator variabel empathy : dokter dan paramedis tidak melakukan sesuatu hal yang tidak pantas dihadapan pasien (d4)
- d. Indikator variabel tangible yang meliputi :
  1. Fasilitas ruangan (e1)
  2. Kerapian dan kebersihan paramedis (e10)
  3. Ketersediaan dan kebersihan kantin (e4)
  4. Ketersediaan/ kebersihan toilet (e5)
  5. Kelengkapan sarana medis(e7)
  6. Ruang yang bersih dan penerangan yang cukup (e9)

Empat indikator variabel ini akan di-drop dari analisis karena memiliki nilai *convergent validity* rendah. Selanjutnya model di-estimasi kembali dengan men-drop indikator tersebut, hasil output SmartPLS tampak sebagai berikut :



Gambar 4.2 Model Konstruk Output Smartpls Akhir

Setelah direvisi model antar konstruk tersebut, hasilnya telah memenuhi *convergent validity* karena *loading factor* berada di atas 0,60. Pengukuran *discriminant validity* dapat dilihat pada *cross loading* antara indikator dengan konstruknya, berikut ini output Smart PLS :

Tabel 4.41 Cross Loading Setelah Direvisi

	assurance	empaty	kepuasan	reliability	responsiveness	tangible
a2	0,314266	0,309301	0,101749	0,648756	0,523461	-0,174082
a3	0,364273	0,380807	0,075400	0,669529	0,467042	0,092277
a4	0,574279	0,422969	0,121719	0,619792	0,610924	-0,137426
a5	0,167528	0,142659	0,244155	0,807608	0,328648	0,184471
a6	0,378335	0,402826	0,271920	0,886816	0,450231	0,163349
b1	0,611954	0,573304	0,313348	0,428767	0,758537	0,099273
b2	0,385608	0,512668	0,289621	0,494209	0,825716	-0,086122
b3	0,534311	0,546849	0,228860	0,388312	0,743152	-0,136058
b4	0,482667	0,599327	0,146344	0,518215	0,789841	-0,018266
c2	0,727846	0,597185	0,159951	0,396112	0,521493	0,002530
c3	0,840538	0,591287	0,270246	0,250760	0,486757	-0,214104
c4	0,700922	0,722850	0,233400	0,359504	0,489872	-0,049730
c5	0,895604	0,632571	0,336089	0,402231	0,585527	-0,022369
d1	0,499614	0,724738	0,193556	0,354865	0,477723	-0,076203
d2	0,594244	0,825185	0,309982	0,372637	0,648033	-0,178938
d3	0,712537	0,897619	0,432374	0,309207	0,587028	0,118580
d5	0,704575	0,747677	0,248587	0,306434	0,567494	-0,059857
e11	-0,189203	-0,147463	0,261765	0,037974	-0,053488	0,793455
e2	0,033467	0,073563	0,318649	0,100139	-0,014356	0,863081
e3	-0,008407	0,005626	0,224095	0,124745	0,016262	0,821379
e6	-0,142576	-0,042270	0,419861	0,109623	-0,046484	0,931677
e8	-0,083918	-0,047407	0,325308	0,051962	-0,044558	0,897220
k1	0,327819	0,405310	0,903207	0,193472	0,329758	0,312259
k2	0,346731	0,399037	0,913928	0,188237	0,300033	0,383497
k3	0,155495	0,192753	0,824516	0,354580	0,248552	0,273424

sumber : data diolah oleh peneliti, 2011

*Cross loadings* berguna untuk menilai apakah konstruk memiliki *discriminan validity* yang memadai, yaitu dengan cara membandingkan korelasi indikator suatu konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Jika korelasi indikator konstruk memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi indikator tersebut terhadap konstruk lain, maka dikatakan konstruk memiliki *diskriminan validitas* yang tinggi.

Dari tabel dapat disimpulkan bahwa indikator masing-masing konstruk memberikan nilai *convergent validity* yang tinggi semua di atas 0.60. Begitu juga dengan nilai *cross loading* menunjukkan diskriminan validiti yang baik.

Tabel 4.42  
Loadings and Average Variance Extract (AVE)

Unobserved Variable	Observed Variable	Loading	AVE
<i>reliability</i>	▪ Pelayanan kepada pasien diberikan dengan baik (a2)	0,648756	0,538394
	▪ Ketepatan waktu dokter dan paramedis saat melakukan pemeriksaan (a3)	0,669529	
	▪ Kemampuan dokter dan paramedis (a4)	0,619792	
	▪ Kemudahan administrasi bagi setiap pasien (a5)	0,807608	
	▪ Prosedur penerimaan pasien dengan mudah dan cepat (a6)	0,886816	
<i>responsiveness</i>	▪ Kesanggupan dokter dan paramedis untuk memberikan pelayanan yang baik (b1)	0,758537	0,608327
	▪ Paramedis mampu membantu pasien(b2)	0,825716	
	▪ Kemampuan dokter dan paramedis dalam menyampaikan hasil kesehatan pasien (b3)	0,743152	
	▪ Dokter dan paramedis memberikan pelayanan sebaik-baiknya sesuai dengan kondisi pasien(b4)	0,789841	
<i>assurance</i>	▪ Pemeriksaan dilakukan dengan baik (c2)	0,727846	0,632416
	▪ Pengetahuan dokter dan paramedis tentang penyakit yang diderita pasien(c3)	0,840538	
	▪ Sikap dokter dan paramedis yang ramah dan selalu membantu(c4)	0,700922	
	▪ Dokter profesional dalam menangani pasien (c5)	0,895604	
<i>empaty</i>	▪ Memberikan perhatian khusus kepada setiap pasien(d1)	0,724738	0,642730
	▪ Selalu tanggap terhadap apa yang dibutuhkan pasien (d2)	0,825185	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dokter dan paramedis mudah senyum (d3)</li> <li>▪ Memberikan pelayanan secara merata tanpa memandang status (d5)</li> </ul>	0,897619 0,747677	
<i>tangible</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ketersediaan tempat parkir yang aman (e11)</li> <li>▪ Fasilitas keamanan yang memadai (e2)</li> <li>▪ Ketersediaan tempat ibadah (e3)</li> <li>▪ Ketersediaan tempat minum gratis/dispenser bagi keluarga pasien (e6)</li> <li>▪ Paramedis merupakan sarana yang profesional (e8)</li> </ul>	0,793455 0,863081 0,821379 0,931677 0,867220	0,744434
Kepuasan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Secara keseluruhan saya merasa puas dengan layana rawat inap RS ini(k1)</li> <li>▪ Jika saya sakit, saya akan kembali menggunakan layanan rawat inap RS ini (k2)</li> <li>▪ Layanan yang diberikan sesuai dengan harapan saya (k3)</li> </ul>	0,903207 0,913928 0,824516	0,776958

Sumber : Hasil dari pengolahan dengan SmartPLS

Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah dengan membandingkan *Square Root of Average (AVE)* untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Model mempunyai *discriminant validity* yang cukup jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar dari pada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model seperti table 4.34 berikut ini :

Tabel 4.43  
Correlation Matrix of Latent Variables (Square root of AVE in diagonal)

	assurance	empaty	kepuasan	reliability	responsiveness	Tangible
assurance	0,795245					
empaty	0,787739	0,801704				
kepuasan	0,329199	0,394103	0,881452			
reliability	0,433349	0,406236	0,260855	0,733753		
responsiveness	0,650956	0,709488	0,335556	0,579928	0,779953	
tangible	-0,094759	-0,034870	0,372183	0,098334	-0,036259	0,862805

Ket : Diagonal adalah hasil dari akar AVE

Sumber: data diolah dengan SmartPLS(2011)

Jika nilai akar AVE lebih tinggi dari korelasi antar konstruk yang lain, maka dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki tingkat validitas yang baik. Jadi, masing-masing konstruk memiliki validitas yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari nilai akar AVE yang lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi antar konstruk lain

#### b. Uji Reliability

Uji reliability dilakukan dengan melihat nilai *cronbach alpha* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Hasil *cronbach alpha* akan menunjukkan nilai yang memuaskan jika di atas 0,7. Berikut adalah *cronbach alpha* pada output :

Tabel 4.44  
Cronbach alpha

	Cronbachs Alpha
assurance	0,806917
empaty	0,818182
kepuasan	0,858567
reliability	0,807489
responsiveness	0,790941
tangible	0,914045

Sumber: Hasil dari pengolahan data dengan SmartPLS(2011)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* untuk semua konstruk adalah di atas 0,7 yang menunjukkan bahwa semua konstruk pada model yang diestimasi memenuhi kriteria (*reliable*).

#### 4.4.2 Pengujian Model Struktural

Setelah model diestimasi dan memenuhi kriteria *outer model*, berikutnya dilakukan pengujian model struktural (*inner model*). Berikut adalah R-Square pada konstruk :

Tabel 4.45  
R-Square

	R Square
assurance	
empaty	
kepuasan	0,315314
reliability	
responsiveness	
tangible	

Sumber : hasil dari pengolahan data dengan SmartPLS

Tabel di atas memberikan nilai 0,315314 untuk konstruk kepuasan konsumen yang berarti bahwa *tangible, empaty, reliability, responciveness and assurance* mampu menjelaskan varians kepuasan konsumen sebesar 31,5314 %, selebihnya (68,4686 %) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, misalnya lokasi rumah sakit, keringanan biaya pengobatan yang diberikan oleh pemerintah melalui ASKESKIN bagi masyarakat yang kurang mampu atau ASKES bagi PNS, serta rujukan dari perusahaan kepada karyawannya. Semakin tinggi nilai R-square maka semakin besar kemampuan variabel independen tersebut dapat menjelaskan variabel dependen. Pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

Tabel 4.46  
Uji Hipotesis

	T Statistik	Sig. level
Assurance > kepuasan	0,623790	Tidak Signifikan
Empaty > kepuasan	1,538219	Signifikan
Reliability > kepuasan	0,208676	Tidak Signifikan
Reponsiveness > kepuasan	0,665928	Tidak Signifikan
Tangible > kepuasan	4,462056	Signifikan

Sumber : Hasil dari pengolahan data dengan SmartPLS

Uji hubungan antar konstruk menunjukkan bahwa konstruk *empaty* dan *tangible* terhadap kepuasan konsumen berpengaruh signifikan pada 0.1 dengan T hitung lebih besar dari T table 1,3 ( $T \text{ hitung} > T \text{ table } 1,3$ ). Sedangkan konstruk *assurance*, *reliability*, dan *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu ( $T \text{ hitung} < T \text{ table } 1,3$ ).

#### 4.5 Pembahasan

Penelitian ini menguji pengaruh kualitas jasa yang terdiri dari *tangible*, *empaty*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* terhadap kepuasan konsumen rumah sakit yang diteliti pada pasien atau keluarga pasien yang pernah berobat atau menjalani rawat inap di Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang. Berdasarkan tabel 4.37 didapat bahwa tidak semua hipotesis yang diterima.

Hipotesis 1 diterima yaitu *tangible* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen karena T hitung ( $4,462056$ )  $>$  T table 1,3. Artinya semakin baik bentuk fisik dari rumah sakit ini, semakin besar kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa rumah sakit ini.. Konsumen menganggap bahwa tampilan fisik dari rumah sakit yang tidak bertingkat membuat pasien atau keluarga pasien tidak merasa cemas jika terjadi gempa, selain itu kebersihan serta ruangan yang tertata bagus, keamanan dan tempat parkir, paramedis dan

dokter yang profesional, dan tersedianya kantin ,tempat ibadah sehingga tidak menyulitkan keluarga pasien untuk mencarinya keluar lingkungan rumah sakit. Hal inilah yang membuat mereka puas terhadap jasa yang diberikan oleh rumah sakit ini. Hipotesis ini sama dengan hasil penelitian Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa (2007) yang menjelaskan bahwa *tangible* berpengaruh pada kepuasan konsumen terhadap pelayanan PDAM kota Denpasar.

Hipotesis 2 diterima yaitu *empaty* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen karena  $T \text{ hitung } (1,538219) > T \text{ table } 1,3$ . Artinya semakin baik perhatian yang diberikan melalui perhatian khusus kepada setiap pasien, selalu tanggap terhadap apa yang dibutuhkan pasien, dokter dan paramedis memberikan senyuman kepada pasien atau keluarga pasien serta tidak melakukan hal-hal yang tidak pantas dihadapan pasien, dan memberikan pelayanan secara merata tanpa memandang status pasien. Semakin besar kepuasan konsumen terhadap pelayanan RSI Siti Rahmah ini maka konsumen akan cenderung untuk kembali lagi menggunakan jasa rumah sakit ini. . Konsumen menganggap bahwa pelayanan yang ramah oleh paramedis atau dokter membuat mereka nyaman melakukan pengobatan dirumah sakit ini. Hipotesis ini sama dengan hasil penelitian Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa (2007) yang menjelaskan bahwa *empaty* berpengaruh pada kepuasan konsumen terhadap pelayanan PDAM kota Denpasar.

Hipotesis 3 ditolak yaitu *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena  $T \text{ hitung } (0,208676) < T \text{ table } 1,3$ . Hal ini sejalan dengan penelitian Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa (2007) dalam penelitian Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa ini, faktor keandalan (*reliability*) tidak berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar. Dengan kata lain peningkatan atau penurunan yang terjadi pada dimensi *reliability* belum tentu dapat meningkatkan atau menurunkan kepuasan konsumen terhadap jasa atau pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit ini. Ketepatan waktu dalam pemeriksaan, kemampuan dan pengetahuan dokter kemudahan administrasi dan penerimaan

pasien yang dijalankan oleh rumah sakit ini bukan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Hipotesis 4 ditolak yaitu *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena  $T$  hitung (0,665928) <  $T$  table 1,3. Namun dalam penelitian Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa (2007) secara parsial faktor ketanggapan (*responsiveness*) berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar. Dengan kata lain peningkatan atau penurunan yang terjadi pada dimensi *responsiveness* belum tentu dapat meningkatkan atau menurunkan kepuasan konsumen terhadap jasa atau pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit ini. Kesanggupan dokter dan paramedis untuk memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan kondisi pasien, paramedis yang mampu membantu pasien, serta kemampuan dokter dan paramedis dalam menyampaikan hasil kesehatan pasien bukan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Hipotesis 5 ditolak yaitu *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena  $T$  hitung (0,623790) <  $T$  table 1,3. Namun dalam penelitian Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa (2007) secara parsial faktor jaminan (*assurance*) berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar. Dengan kata lain peningkatan atau penurunan yang terjadi pada dimensi *assurance* belum tentu dapat meningkatkan atau menurunkan kepuasan konsumen terhadap jasa atau pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit ini. Kesopanan dokter dan paramedis, pemeriksaan yang baik, pengetahuan dokter tentang penyakit yang diderita pasien, sikap dokter dan paramedis yang ramah, serta dokter yang profesional bukan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Dari tabel R-square memperlihatkan nilai 0,315314 untuk konstruk loyalitas merek yang berarti bahwa *tangible*, *empat*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* mampu menjelaskan varians kepuasan konsumen sebesar 31,5314 %, selebihnya (68,4686%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini berdasarkan model dari penelitian sebelumnya yang menggunakan lima dimensi kualitas jasa yaitu *tangible*, *empaty*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* yang mempengaruhi variabel kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang pasien yang pernah berobat atau menjalani rawat inap di RSI Siti Rahmah Padang. Data pada penelitian ini diolah menggunakan SPSS 16.00 *for windows* dan *SmartPLS*.

Dari hasil pengujian SEM (*structural equational modeling*) dengan software *SmartPLS* disimpulkan bahwa :

1. Hipotesis 1 diterima. *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin bagus, bersih serta indah bentuk fisik rumah sakit islam siti rahmah padang maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan atau jasa yang diberikan oleh rumah sakit ini.
2. Hipotesis 2, *empaty* diterima. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi *empaty* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen terhadap pelayanan atau jasa yang diberikan oleh rumah sakit ini.
3. Hipotesis 3 *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan atau penurunan yang terjadi pada dimensi *reliability* belum tentu meningkatkan atau menurunkan kepuasan konsumen rumah sakit islam Siti Rahmah Padang.

4. Hipotesis 4 “*responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah sakit islam Siti Rahmah Padang” ditolak. Artinya peningkatan atau penurunan yang terjadi pada dimensi *responsiveness* belum tentu meningkatkan atau menurunkan kepuasan konsumen rumah sakit islam Siti Rahmah Padang.
5. Hipotesis 5 “*assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah sakit islam Siti Rahmah Padang” ditolak. Artinya peningkatan atau penurunan yang terjadi pada dimensi *responsiveness* belum tentu meningkatkan atau menurunkan kepuasan konsumen rumah sakit islam Siti Rahmah Padang.

Oleh karena itu, dimensi *tangiblet* dan *empaty* perlu dipertahankan dan ditingkatkan oleh pihak rumah sakit islam Siti Rahmah Padang agar dapat memberikan sesuatu yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Sedangkan dimensi *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* bukanlah menjadi faktor utama yang menyebabkan kepuasan konsumen khususnya bagi pasien atau keluarga pasien sebagai sampel penelitian.

## 5.2 Impikasi Hasil Penelitian

Temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting bagi pihak RSI Siti Rahmah Padang untuk lebih memperhatikan dan mengoptimalkan *kualitas jasa* yang dirasakan konsumen sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan jenis kelamin responden didapat data bahwa sebagian besar responden adalah perempuan (51%). Hal ini berarti bahwa mayoritas pasien adalah perempuan atau pasien lebih banyak ditunggu oleh perempuan. Jika dibandingkan dengan perempuan, jumlah pasien atau responden laki-laki (49%), hal ini dapat diartikan bahwa laki-laki lebih memilih untuk bekerja dari pada menunggu pasien di rumah sakit.

Berdasarkan usia responden didapat data bahwa sebagian besar responden berusia 20-30 tahun (38%) dan usia 41-50 tahun sebanyak 24%. Sedangkan berdasarkan tingkat

pendidikan responden didapat data bahwa sebagian besar responden mempunyai tingkat pendidikan SMU/ sederajat (51%) dan sarjana (23%).

Berdasarkan pekerjaan responden didapat data bahwa sebagian besar responden bekerja pada instansi pemerintah seperti PNS/POLRI/TNI (27%) dan bekerja sebagai ibu rumah tangga dengan peresentase (27%). Berdasarkan penghasilan responden didapat data bahwa sebagian besar responden berpenghasilan dibawah Rp 1 juta (46%), kemudian diikuti dengan penghasilan Rp 1 juta- Rp 2 juta. Berdasarkan data tersebut disimpulkan bahwa pasien atau keluarga pasien mempunyai pendapatan yang tergolong menengah.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukan bahwa dimensi *kualitas jasa* seperti *tangible* dan *empaty* signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen. Implikasi bagi pihak rumah sakit antara lain pihak rumah sakit harus lebih memperhatikan bentuk atau tampilan fisik rumah sakit karena tampilan dan kebersihan rumah sakit yang tertata bagus akan membuat pasien nyaman menjalani pengobatan. Selain itu pelayanan dan perhatian kepada pasien juga haurs ditingkatkan.

- a. Pada dimensi *tangible*, mulai dari fasilitas ruangan, tempat ibadah, kantin, kamar mandi, sarana medis sampai pada tempat parkir yang aman merupakan hal terpenting untuk *tangible*, RSI Siti Rahmah Padang hendaknya meningkatkan kualitas pelayanan dalam melayani para pasien seperti paramedis harus lebih ramah, bisa juga memberikan layanan secara langsung ke kamar pasien sehingga pasien lebih merasa diperhatikan. Dalam penelitian Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa secara parsial, *tangible*, *empaty*, *responsiveness*, dan *assurance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen PDAM kota Denpasar, namun *reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM kota Denpasar.

b. Pada dimensi *empaty*, dengan *empaty* rumah sakit bisa memberikan perhatian kepada pasien dengan meningkatkan pelayanan dan memberikan perhatian khusus kepada pasien tanpa memandang status mereka. Pasien beranggapan bahwa dengan pelayanan yang ramah dan perhatian dari dokter dan paramedis membuat mereka merasa penting dan diperhatikan kesehatannya.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan sampel pasien yang dirawat inap dirumah sakit islam siti rahmah padang setelah gempa. Hal ini mempersempit hasil penelitian dimana hasil penelitian yang didapat hanya pada pasien yang dirawat inap. Diharapkan pada penelitian selanjutnya digunakan sampel yang lebih heterogen lagi sehingga bisa dilihat efek *kualitas jasa* terhadap pasien lain seperti pasien yang menjalani rawat jalan.
2. Diharapkan penelitian yang akan datang bisa mengembangkan objek yang diteliti, seperti perusahaan jasa lainnya misalnya jasa penerbangan, hotel, bank. Selain itu penelitian yang akan datang juga bisa menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, misalnya kualitas pelayanan nonmedis, biaya rumah sakit, dan lain sebagainya.
3. Sebaiknya RSI Siti Rahmah Padang meningkatkan pelayanan dan peraturan-peraturan yang telah ditempel pada tiap-tiap kamar pasien, meliputi jam besuk yang teratur sehingga pasien dapat beristirahat dengan tenang. Selain itu pihak Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang perlu mengamati secara rutin pelayanannya agar mempertahankan kelebihan-kelebihan yang ada dan membenahi kekurangan-kekurangannya. Keterlibatan paramedis/tenaga medis dalam melayani pasien perlu ditingkatkan agar kepercayaan terhadap kepuasan konsumen meningkat.

- 4 Sebaiknya pihak Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Padang, sebaiknya sering memberikan seminar atau training kepada dokter atau paramedis yang berhubungan dengan pelayanan yang baik kepada pasien.



## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Atmawati, Rustika and Wahyuddin, Muhammad (2005) *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall*. DAYASAING, 5 (1). pp. 13-24. ISSN 1411-3422
- Barnes, Sand Hunt, B. *E-commerce & Ebusiness*, Butter Worth. Heinemann Great Britain. 2001  
dikutip dari Savitri, Rayu Dwi, *analisis CRM dan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening terhadap loyalitas nasabah*, 2010
- Djunaidi Much., Alghofari Kholid, Ahmad dan Rahayu Apriani Dwi *Penilaian kualitas jasa pelayanan lembaga bimbingan belajar primagama berdasarkan preferensi konsumen*. Jurnal ilmiah teknik industri, vol 5, No 1, agust 2006, hal 25-32
- Donabedian, Avedis. (1980). *Exploration in Quality Assesment and Monitoring*. Michigan : Health Administration Press, Volume 1.
- Fornell, C, Michael D. Jhonson, Eugene W. Anderson, Jeasung Cha, And Barbara Everitt Bryannt, 1996. " The American Costumer Satisfaction Index : Nature Purpose And Findings, " *Journal of Marketing*", Vol. 60, pp.7-17.
- Gerson, Richard, F (2001). *Mengukur Kepuasan Pelanggan ; Panduan Menciptakan Pelayanan Bermutu*. Terjemahan Hesti Widyaningrum. Jakarta: Penerbit PPM.  
[http://digilib.itelkom.ac.id/index.php?option=com\\_content&view=article&id=591:definisi-kualitas-pelayanan-jasa&catid=25:industri&Itemid=14](http://digilib.itelkom.ac.id/index.php?option=com_content&view=article&id=591:definisi-kualitas-pelayanan-jasa&catid=25:industri&Itemid=14) diakses tanggal 12 Januari 2011
- <http://id.shvoong.com/business-management/2001122-karakteristik-jasa/> diakses tanggal 12 januari 2011

<http://www.smakristencilacap.com/arti-pemasaran-dan-manajemen-pemasaran/pengukuran-kepuasan-pelanggan> diakses tanggal 12 januari 2011

- Irawan, prasty, 2003. *Logika Dan Prosedur Penelitian, pengantar teori dan panduan praktis penelitian sosial bai mahasiswa dan peniliti pemula*, jakarta : STIA LAN press dikutip dari Savitri, Rayu Dwi, *analisis CRM dan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening terhadap loyalitas nasabah*, 2010
- Kiswanto and Wahyuddin, Muhammad (2007) *pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Bersama Samsat Uppd Dipenda Propinsi Jateng Kabupaten Sragen*. DAYASAING, 8 (2). pp. 15-24. ISSN 1411-3422
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi XII, Jilid 1 dan 2. PT Indeks, Jakarta.
- Lovelock, Christopher H. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi bahasa Indonesia, PT Indeks : Jakarta
- Mudrajad Kuncoro. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Oliver, R.L. 1997 *Satisfaction A Behavioral Perspective on The Costumer*. United States America : The Mc Graw-Hill Companies, Inc
- Parasuraman, Valerie. A. Zeithmal, and Leonard L. Berry, (1985) *A Conceptual Model of Service Quality and its implications for future research*, journal of marketing, vol 49 (fall),41-50
- Putri Hamdani,ling,*analisis tingkat kepuasan pasien rawat inap terhadap kualitas pelayanan kesehatan pada rumah sakit pemerintah*. 2007
- Savitri, Rayu Dwi, *analisis CRM dan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening terhadap loyalitas nasabah*, 2010

- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat
- SMA Kristen Cilacap. *Pengertian Kepuasan Pelanggan*: Jakarta
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfa Beta , Bandung.
- Supranto, J.. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk meningkatkan pangsa pasar*, cetakan kedua. Jakarta : Penerbit Rineka Cipta
- Tripjono, Fandy dan Gregorius Chandra (1996). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi offset
- Tripjono, Fandy, 2000, *strategi pemasaran*. Andi. Yogyakarta
- Wilson, L and Goldscimdt (1995). *P. Quality Management In Health Care*: Sydney: Mc Gran – Hill Book Company.
- Wahyuddin, Muhammad and Slamet Wiyono, Azis (2002) Studi Tentang Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Di Rumah Sakit Islam Manisrenggo Klaten. DAYASAING, 3 (2). pp. 65-74. ISSN 1411-342
- Yuliarmi, Ni Nyoman & Putu Riyasa, *analisis factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM Kota Denpasar*. Buletin studi ekonomi ISSN 1410-4628 vol12 no 1:2007