

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN
RSUP DR SARDJITO YOGYAKARTA
TAHUN 2017**

Tesis

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S-2
Program Studi Magister Manajemen



Diajukan oleh

NANIK EKASARI WAHYUNINGSIH

161103166

Kepada

MAGISTER MANAJEMEN

STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA

2016

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN
RSUP DR. SARDJITO YOGYAKARTA
TAHUN 2018**

Dipersiapkan dan disusun oleh

NANIK EKASARI WAHYUNINGSIH

161103166

**STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta,.....

Nanik Ekasari Wahyuningsih

NIM 161103166

MOTTO

Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang – orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan, saat mereka menyerah.
(Thomas Alva Edison)

Tetapi hanya Allahlah pelindungmu, hanya Dia penolong yang terbaik.
(Ali ‘Imran : 150)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu sudah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh – sungguh (urusan) yang lain. “
Q.S. Al- Insyirah 6-7

Hai orang – orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang – orang yang sabar.
(QS AL- Baqarah :153)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis Program Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat S-2.

Penulis sangat menyadari betul bahwa tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari semua pihak tentunya tesis ini tidak akan selesai. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran tesis ini, yaitu kepada :

1. Drs. John Suprihanto, MIM.Ph.D, selaku Direktur Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta atas bimbingannya.
2. Drs. Anas Hidayat, MBA.Ph.D dan Dra. Lukia Zuraida, MM, selaku Dosen Pembimbing Magister Manajemen Program Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.
3. Bu Uswatun selaku Dosen Penguji telah yang memberikan saran dan kritik membangun guna penyempurnaan penulisan tesis;
4. Bapak/ Ibu pengelola dan Staf Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu

Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.

5. Direktur RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta.
6. Kepala Instalasi Rawat Jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta.
7. Pasien dan keluarga pasien RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta.
8. Suamiku Sulistya dan anaku tercinta Virdam Stanalin Cenkovic yang telah selalu memberi dukungan dan doa
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebut satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki kekurangan dan kelemahan, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Untuk itu saran dan kritik membangun akan penulis terima demi perbaikan dan kesempurnaan tesis ini.

Akhirnya penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi dunia kesehatan di Kabupaten Sleman, khususnya Rumah Sakit Dr. Sardjito Yogyakarta.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Maret 2018

Penulis

Nanik Ekasari Wahyuningsih

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah.....

Ku persembahkan tesis ini teruntuk :

Suamiku Sulistya

Anakku semata wayang Virdam Stanalin Cenkovic

Almarhum Bapak Soeroto dan Ibu Sutini

Adik- adikkudan Keponakan- keponakanku

Teman- temanku di IRNA II

Yang senantiasa memberikan motivasi dan doa

STIE Widya Wiraha
Jangan Plagiat

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Rumah Sakit	9
2.1.1 Klasifikasi Rumah Sakit.....	11
2.1.2 Profil RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta	13
2.1.3 Motto, Visi Misi RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta.....	14
2.1.4 Kegiatan Pelayanan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta.....	15

2.2 Kepuasan Pasien.....	16
2.2.1 Alat Untuk Mengukur Kepuasan.....	18
2.2.2 Mengukur Kepuasan Pasien di Rumah Sakit	19
2.2.3 Indikator Kepuasan.....	22
2.3 Kualitas Pelayanan Jasa.....	23
2.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan : <i>Tangible</i> (wujud fisik).....	25
2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan : <i>Reliability</i> (kehandalan).....	26
2.3.3 Dimensi Kualitas Pelayanan : <i>Responsiveness</i> (daya tanggap).....	28
2.3.4 Dimensi Kualitas Pelayanan : <i>Assurance</i> (jaminan).....	29
2.3.5 Dimensi Kualitas Pelayanan : <i>Empathy</i> (perhatian).....	30
2.4 Hipotesis Penelitian.....	31
2.4.1 Pengaruh <i>Tangible</i> (wujud fisik) terhadap Kepuasan pasien.....	31
2.4.2 Pengaruh <i>Reliability</i> (kehandalan) terhadap Kepuasan pasien.....	33
2.4.3 Pengaruh <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) terhadap Kepuasan pasien...34	
2.4.4 Pengaruh <i>Assurance</i> (jaminan) terhadap Kepuasan pasien.....	35
2.4.5 Pengaruh <i>Empathy</i> (perhatian) terhadap Kepuasan Pasien.....	35
2.5 Penelitian Terdahulu.....	36
2.6 Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Rancangan / Desain Penelitian.....	40
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	41
3.2.1 Data Primer.....	41

3.2.2 Data Sekunder.....	41
3.3 Populasi dan Sampel.....	42
3.3.1 Populasi	42
3.3.2 Sampel.....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional.....	44
3.5.1 Variabel Penelitian.....	45
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	46
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	50
3.6.1 Uji Validitas Instrumen.....	50
3.6.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	51
3.7 Metode Analisa Data.....	52
3.7.1 Analisa Regresi.....	53
3.7.2 Uji Hipotesis.....	53
3.7.3 Koefisien Determinasi.....	55
BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Gambaran Umum Responden.....	57
4.1.1 Jenis Kelamin.....	57
4.1.2 Usia.....	58
4.1.3 Pekerjaan.....	59
4.3 Analisis Data Penelitian.....	60

4.3.1 Hasil Analisis Regresi.....	61
4.3.2 Hasil Analisis Uji t.....	64
4.3.3 Hasil Analisis Uji Serempak.....	65
4.4 Pembahasan.....	67
4.4.1 Hipotesis 1: <i>Tangible</i> (wujud fisik) berpengaruh positif terhadap Kepuasan pasien.	67
4.4.2 Hipotesis 2: <i>Reliability</i> (kehandalan) berpengaruh positif terhadap pasien.	71
4.4.3 Hipotesis 3: <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.	73
4.4.4 Hipotesis 4: <i>Assurance</i> (jaminan) berpengaruh positif terhadap Kepuasan pasien.	76
4.4.5 Hipotesis 5: <i>Empathy</i> (perhatian) berpengaruh positif terhadap Kepuasan pasien.	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Rumah Sakit di DI Yogyakarta.	2
Tabel 1.2 Data Kunjungan pasien rawat jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta...4	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	48
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel.....	50
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	52
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	56
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden Berdasar Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2 Gambaran Umum Responden Berdasar Usia.....	58
Tabel 4.3 Gambaran Umum Responden Berdasar Pekerjaan.....	59
Tabel 4.4 Hasil Analisis Regresi.....	62
Tabel 4.5 Hasil Uji R ² (Koefisien Determinasi)	63
Tabel 4.6 Hasil Uji t.....	64
Tabel 4.7 Hasil Uji F	66
Tabel 4.8 Rekap Hasil Uji dan R ²	66

DAFTAR GAMBAR

2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	17
2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan.....	39
4.1 Diagram <i>pie</i> Jenis Kelamin.....	58
4.2 Diagram <i>pie</i> Usia.....	59
4.3 Diagram <i>pie</i> Pekerjaan.....	60

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN
RSUP DR. SARDJITO YOGYAKARTA
2018**

OLEH :

**NANIK EKASARI WAHYUNINGSIH
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA**

ABSTRACTS

This research aims at analyzing the significance of effect of variable tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy on patient satisfaction in RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta. The population in study were 150 patients hospitalized in the RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta period moon January – February 2018. The sampling technique used non probability sampling method. The data collection technique using questionnaires through validity and reliability. This analysis was conducted to test the regression coefficients jointly or simultaneously (F test), the test individually or partial regression (t test), analysis of determination (R^2) and regression test. T test result prove that the variables tangible, reliability, assurance and empathy have positive and significance effect on the dependent variable is customer satisfaction but not with variables responsiveness. The results of this study indicate that the R^2 value of 0,730, which means 73% of patient satisfaction variables explained 73% by tangible variable (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), Empathy (X5) and 37% influenced by other factors.

Keywords : *quality of service (tangible, reliability, responsiveness, assurance empathy) and customer satisfaction*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masalah kesehatan bagi masyarakat telah menjadi kebutuhan yang utama, terutama kebutuhan untuk mendapatkan pelayanan yang prima sesuai dengan harapan. Dan seiring meningkatnya taraf kehidupan masyarakat, maka semakin meningkat tuntutan masyarakat akan nilai – nilai kesehatan. Hal ini menjadikan rumah sakit sebagai lembaga kesehatan dituntut untuk meningkatkan kualitas akan pelayanan jasa yang lebih baik, yaitu pelayanan yang ramah, tepat dan cepat, tidak saja pelayanan kesehatan yang bersifat menyembuhkan tetapi juga dapat memberikan kepuasan bagi pasien. Yang pada intinya adalah bagaimana pasien mendapatkan pelayanan yang sebaik – baiknya sesuai atau memenuhi harapan mereka.

Pengertian rumah sakit menurut **Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 340/MENKES/PER/2010**, dikemukakan bahwa rumah sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Rumah Sakit Umum adalah rumah sakit yang memberikan pelayanan kesehatan pada semua bidang dan jenis penyakit.

Persaingan rumah sakit yang semakin ketat menuntut peningkatan kualitas pelayanan rumah sakit. Persaingan dari segi teknologi peralatan kesehatan, tetapi juga persaingan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan kesehatan rumah sakit dicerminkan sebagai jasa pelayanan kesehatan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan pasien sebagai pemakai jasa pelayanan di rumah sakit. Pelayanan dimulai setelah pasien masuk rumah sakit mendapat perawatan dan setelah pasien keluar dari rumah sakit. Pasien akan merasa puas bila harapan akan pelayanan kesehatan yang diterimanya memenuhi standar kualitas yang diinginkan. Namun realitas yang ada, terjadi beberapa perbedaan antara harapan pasien dan kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh rumah sakit sehingga belum memberi tingkat kepuasan yang diharapkan oleh pasien.

Tabel 1.1
Jumlah Rumah Sakit di D I Yogyakarta

Kabupaten/ kota	Jumlah Rumah Sakit menurut Kabupaten/Kota di D.I Yogyakarta											
	Pemerintah				Swasta				Jumlah			
	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015
D.I Yogyakarta	13	12	13	14	53	49	59	60	66	61	72	74
Kulonprogo	1	1	1	1	7	7	7	7	8	8	8	8
Bantul	2	1	3	3	9	7	11	11	11	8	14	14
Gunungkidul	1	3	1	1	2	11	4	4	3	14	5	5
Sleman	7	1	6	7	19	4	20	20	26	5	26	27
Yogyakarta	2	6	2	2	16	20	17	18	18	19	19	20

Sumber : Data Primer (2017)

Dari Tabel 1.1 dapat dilihat berkembangnya jumlah rumah sakit di Yogyakarta, sehingga menjadikan masyarakat memiliki banyak pilihan untuk menentukan rumah sakit mana yang akan dipilih. Tentunya masyarakat akan memilih rumah sakit yang memberikan pelayanan yang terbaik, tidak saja menyembuhkan tetapi juga memberi kepuasan maksimal bagi mereka. Masyarakat selalu mengharapkan agar pelayanan rumah sakit, baik pemerintah maupun swasta dapat memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan bagi setiap pengguna yang memanfaatkannya. Hal ini juga menuntut rumah sakit untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan bagi masyarakat. Manajemen rumah sakit perlu melakukan komunikasi dua arah antara pihak manajemen dengan pasien sebagai pengguna jasa pelayanan kesehatan sehingga apa yang direalisasikan rumah sakit sesuai dengan harapan pasien, dengan melakukan komunikasi manajemen rumah sakit mengetahui faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan pasien tersebut. Pasien menginginkan fasilitas yang baik dari rumah sakit, keramahan pihak rumah sakit, serta ketanggapan, kemampuan dan kesungguhan para petugas rumah sakit. Parasuraman mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan konsumen dengan layanan yang diterimanya (Parasuraman, 1988). Adapun dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu, layanan yang diharapkan (*expted service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*). Kemudian baik

buruknya kualitas pelayanan bukan berdasarkan persepsi penyedia layanan tetapi berdasar persepsi konsumen terhadap prosesnya secara menyeluruh. Persepsi terhadap kualitas pelayanan merupakan keyakinan konsumen tentang layanan yang diterima atau layanan yang dialami (Parasuraman,1988).

Kualitas pelayanan adalah hal yang sangat penting untuk diperhatikan, karena hal tersebut akan dipersepsikan oleh konsumen setelah konsumen mengkonsumsi barang/ jasa. Persaingan yang ketat akhir- akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa atau layanan untuk selalu memanjakan konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan terbaik kepadanya (Assauri, 2003: 25). Bila konsumen puas akan pengalaman mengkonsumsi barang atau jasa, maka hal tersebut langkah awal untuk menjadikan pelanggan semakin percaya dengan perusahaan.

Rumah Sakit Dr. Sardjito Yogyakarta merupakan sebuah organisasi publik dibidang jasa pelayanan kesehatan. Rumah Sakit Dr. Sardjito Yogyakarta termasuk rumah sakit pendidikan tipe A. Sesuai KepMenKes 129/Menkes/SK/II/2008, Standar Pelayanan Minimal RS : a) Rumah sakit sebagai salah satu bentuk fasilitas pelayanan kesehatan harus memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas. b). Manajemen rumah sakit harus

berupaya memuaskan pasiennya , dalam hal ini masyarakat dengan berbagai tingkat kebutuhannya.

Tabel 1.2
Data Kunjungan pasien rawat jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta

Bulan	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017
Januari	30.152	32.814	35.614
Februari	28.194	33.500	32.346
Maret	32.459	35.117	37.736
April	32.573	34.099	32.549
Mei	30.322	34.055	37.576
Juni	32.552	33.477	28.396
Juli	28.361	27.935	37.494
Agustus	30.265	36.410	39.568
September	32.246	33.344	35.052
Oktober	33.238	34.006	40.472
November	32.211	35.188	38.472
Desember	32.200	34.615	34.414

Sumber : Data Primer (2017)

Dari tabel 1.2 diatas dapat dilihat terjadinya penurunan dan kenaikan pada pelayanan rawat jalan. Adanya masalah pada kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa yaitu dimana dokter kurang memenuhi standar kinerja yang sudah ditetapkan, seperti dokter belum ditempat padahal pasien sudah banyak, perawat kurang mengerti kebutuhan pasien dan lain sebagainya sehingga manajemen Rumah Sakit Dr. Sardjito Yogyakarta

sebagai organisasi publik dibidang pelayanan jasa kesehatan masyarakat dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima (*excellent services*) kepada pasien. Pelayanan prima merupakan pelayanan kepada pasien berdasar standar kualitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasien sehingga pasien dapat memperoleh kepuasan yang akhirnya dapat meningkatkan kepercayaannya kepada rumah sakit.

Sehingga dari uraian diatas, selanjutnya memotivasi penulis mengadakan penelitian tentang “ **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan RS UP Dr. Sardjito Yogyakarta.**”

Hal ini sangat penting karena penilaian pasien akan kualitas pelayanan yang diberikan, sebagai acuan dalam membenahan pelayanan sehingga pelayanan dapat ditingkatkan lebih optimal dan tercipta kepuasan pelanggan sesuai dengan harapan mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang diberikan RSUP Dr. Sardjito terhadap pasien rawat jalan dengan indikator *tangible* (berwujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (kepastian), dan *empathy* (empati), belum memberikan tingkat kepuasan yang diharapkan konsumen.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasar rumusan masalah diatas, maka perlu dikemukakan kalimat pertanyaan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dengan indikator *tangible* (wujud fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) terhadap kepuasan pasien rawat jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta?
2. Seberapa besar pengaruh dan faktor apa yang paling dominan dari *tangible* (wujud fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) yang merupakan indikator dari kualitas pelayanan, yang mempengaruhi kepuasan pasien rawat jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta ?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dengan indikator *tangible* (wujud fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) terhadap kepuasan pasien rawat jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta.
2. Mengetahui seberapa kuat dan variabel apa yang paling dominan antara *tangible* (wujud fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) yang merupakan indikator

dari kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pasien rawat jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan bahan evaluasi terhadap kualitas pelayanan di Rumah Sakit Dr. Sardjito Yogyakarta sehingga diketahui indikator apa yang paling dominan dari kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan untuk mencapai kepuasan pasien rawat jalan yang berobat ke RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta.
2. Sebagai bahan referensi terhadap penelitian - penelitian selanjutnya. Dan berharap penelitian selanjutnya dapat mengembangkan variabelnya sehingga diperoleh hasil yang lebih variatif lagi.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Rumah Sakit

Dalam upaya meningkatkan derajat kesehatan masyarakat, rumah sakit mempunyai peranan yang sangat penting, terutama dalam memberikan pelayanan jasa kesehatan. Rumah sakit merupakan suatu organisasi publik yang mempunyai tujuan utama memberikan jasa pelayanan di bidang kesehatan, dalam bentuk pemeriksaan, perawatan, pengobatan, tindakan medis, dan tindakan diagnosa lainnya yang dibutuhkan pasien.

Rumah sakit merupakan salah satu jajaran dalam Sistem Kesehatan Nasional yang menyelenggarakan pelayanan di bidang kesehatan dalam rangka meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Memelihara dan meningkatkan pelayanan kesehatan yang bermutu, merata dan terjangkau oleh masyarakat.

Sebagai organisasi publik, rumah sakit seyogyanya memberikan pelayanan dan perawatan kesehatan semaksimal mungkin kepada masyarakat. Hal ini merupakan salah satu bagian dari fungsi rumah sakit. Pengertian Rumah Sakit menurut **Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 340/MenkesPer/lii/2010** adalah sebagai berikut :

“Rumah Sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat”.

Jadi dari definisi diatas dapat dikatakan bahwa rumah sakit mempunyai fungsi memberikan pelayanan medis dan non medis juga sebagai tempat pendidikan dan atau latihan tenaga medis dan para medis serta tempat penelitian dan pengembangan ilmu teknologi di bidang kesehatan dan tujuan didirikannya rumah sakit adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam bidang kesehatan.

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

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

2.1.1 Klasifikasi Rumah Sakit

Menurut UU No. 44 Tahun 2009, rumah sakit dapat dibagi berdasarkan jenis pelayanan dan pengelolaan. Adapun klasifikasinya sebagai berikut :

1. Penggolongan rumah sakit berdasarkan jenis pelayanannya :
 - a. Rumah Sakit Umum : memberikan pelayanan kesehatan pada semua bidang dan jenis penyakit.
 - b. Rumah Sakit Khusus : memberikan pelayanan utama pada satu bidang atau satu jenis penyakit tertentu berdasarkan disiplin ilmu, golongan umur, organ, jenis penyakit, atau kekhususan lainnya.
2. Penggolongan rumah sakit berdasarkan penyelenggaraannya :
 - a. Rumah Sakit Pemerintah adalah rumah sakit yang dimiliki dan diselenggarakan oleh :
 - Departemen Kesehatan
 - Pemerintah Daerah
 - ABRI
 - BUMN
 - b. Rumah sakit swasta, adalah rumah sakit yang dimiliki dan diselenggarakan oleh :
 - Yayasan yang sudah disahkan sebagai badan hukum
 - Badan hukum lain yang bersifat social

3. Penggolongan rumah sakit berdasarkan perbedaan tingkat, menurut kemampuan pelayanan kesehatan yang dapat disediakan, yaitu :

a. Rumah Sakit kelas A

Merupakan Rumah Sakit yang telah mampu memberikan pelayanan Kedokteran Spesialis dan Subspesialis luas sehingga oleh pemerintah ditetapkan sebagai tempat rujukan tertinggi (*Top Referral Hospital*) atau biasa juga disebut sebagai Rumah Sakit Umum.

b. Rumah Sakit kelas B

Merupakan Rumah Sakit yang telah mampu memberikan pelayanan Kedokteran Spesialis terbatas. Rumah Sakit ini didirikan di setiap Ibukota Propinsi yang mampu menampung pelayanan rujukan dari Rumah Sakit tingkat Kabupaten.

c. Rumah Sakit kelas C

Merupakan Rumah Sakit yang telah mampu memberikan pelayanan Kedokteran Spesialis terbatas. Rumah Sakit ini didirikan di setiap Ibukota Kabupaten (*Regency hospital*) yang mampu menampung pelayanan rujukan dari Puskesmas.

d. Rumah Sakit kelas D

Merupakan Rumah Sakit yang hanya bersifat transisi dengan hanya memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan Kedokteran

Umum dan gigi. Rumah sakit tipe C ini mampu menampung rujukan yang berasal dari Puskesmas.

2.1.2 Profil RS UP Dr. Sardjito Yogyakarta

Rumah Sakit Dr. Sardjito diresmikan oleh Presiden RI Soeharto pada tanggal 8 Februari 1982 sebagai rumah sakit pendidikan, RS Dr. Sardjito tetap menjalankan fungsi tersebut sampai sekarang khususnya membantu memberikan fasilitas kepada fakultas kedokteran UGM untuk melaksanakan kegiatan pendidikan profesi bagi calon dokter dan dokter spesialis serta menjadi lahan praktek dari institusi kesehatan maupun non kesehatan baik di wilayah DIY maupun luar propinsi bahkan dari luar negeri.

Kegiatan penelitian di rumah sakit selain dilaksanakan oleh peserta didik juga dilakukan oleh para tenaga professional yang ada, yaitu para anggota Satuan Medis Fungsional (SMF) yang kualitasnya sudah diakui baik dikalangan nasional maupun internasional.

Rumah Sakit Dr. Sardjito merupakan rujukan tertinggi untuk Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah bagian Selatan. Rujukan yang diberikan adalah rujukan pelayanan medis, rujukan pengetahuan maupun ketrampilan medis dan non medis. Dengan didukung tenaga medis yang kuantitasnya lebih dari cukup dan kualitas yang cukup baik serta tersedianya peralatan- peralatan yang canggih dengan penanganan medis yang selalu mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi

kedokteran, maka Rumah Sakit Dr. Sardjito akan selalu berusaha untuk memberikan pelayanan rujukan yang prima.

Rumah Sakit Dr. Sardjito merupakan rumah sakit pendidikan tipe A sejak tahun 2004 dan mendapat pengakuan akreditasi penuh tingkat lengkap dari Badan Akreditasi Nasional pada tahun 2004. Masa akreditasi diberikan selama 3 tahun sejak dikeluarkannya pengakuan akreditasi dari Badan Akreditasi Nasional.

2.1.3 Motto, Visi dan Misi

Sesuai PerMenkes RI No. 1674/MENKES/PER/XIII/2005 tentang SOTK, RSUP Dr. Sardjito mempunyai tugas menyelenggarakan upaya penyembuhan dan pemulihan yang dilaksanakan secara serasi, terpadu, dan berkesinambungan melalui peningkatan kesehatan dan pencegahan serta upaya rujukan.

Untuk terselenggaranya system pelayanan kesehatan yang terarah, RSUP Dr. Sardjito berpegang pada Visi, Misi dan Motto. Adapun Visi, Misi dan Motto nya sebagai berikut :

- **Visi :**

Menjadi Rumah Sakit Pendidikan dan Rujukan Nasional berstandar internasional yang terkemuka pada tahun 2019.

• **Misi :**

1. Memberikan pelayanan kesehatan yang prima, berstandar internasional dan terjangkau oleh semua lapisan masyarakat melalui pembinaan akuntabilitas korporasi dan profesi.
2. Melaksanakan pendidikan dan pelatihan di bidang kesehatan untuk menghasilkan SDM yang berkualitas.
3. Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi Kedokteran dan Kesehatan (IPTEKDOKKES) yang berwawasan global.
4. Meningkatkan kesejahteraan karyawan.

• **Motto :**

Mitra Terpercaya Menuju Sehat

2.1.4 Kegiatan Pelayanan Rumah Sakit Dr. Sardjito Yogyakarta

- a. Poliklinik Rawat Jalan
- b. Pelayanan Rawat Inap
- c. Pelayanan Rawat Darurat
- d. Pelayanan Penunjang Laboratorium dan Radiologi
- e. Pelayanan Bedah Terpadu
- f. Pelayanan Jantung Terpadu
- g. Dan lain sebagainya

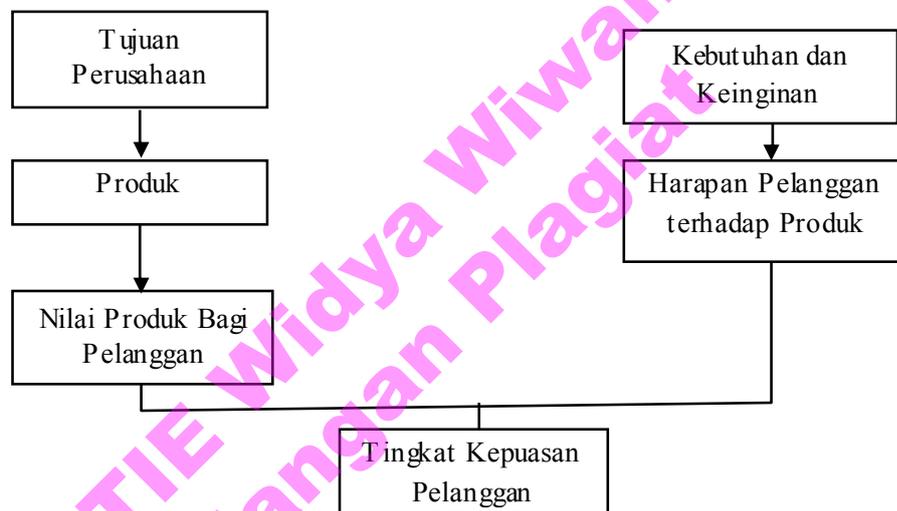
2.2 Kepuasan

Menurut Kotler, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler dkk,2007:177). Sedangkan Tse dan Wilton (1998) dikutip oleh Lupiyoadi (2006) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit didapat jika perusahaan jasa atau industry tersebut tidak benar – benar mengerti apa yang diharapkan oleh pelanggan. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda – beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

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

Menurut Engel dikutip oleh Fandy (2000:147) bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi hasil pembelian dimana alternatif yang dipilih sekarang – kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Gambar 2.1
Konsep Kepuasan Pelanggan



Sumber: Tjiptono (2006)

Dewasa ini juga muncul paradigma baru bahwa perusahaan bukan semata – mata *profit oriented* tetapi *customer satisfied oriented* sehingga muncul suatu strategi pemasaran yaitu *Relationship Marketing* atau pemasaran yang berorientasi pada hubungan perusahaan dengan pelanggan (Hutasuhud, 2004). Oleh karena itu sekarang ini banyak perusahaan yang berlomba – lomba menyusun strategi bagaimana caranya agar konsumen tetap loyal terhadap

produknya, karena mereka sadar bahwa kepuasan pelanggan sangat vital dalam suatu kegiatan pemasaran.

2.2.1 Alat untuk Mengukur Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2004:210), ada empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen :

1. Sistem keluhan dan saran

Pelanggan menyampaikan kritik, saran, pendapat, dan keluhan mereka melalui media yang telah disediakan oleh perusahaan.

2. *Ghost Shopping*

Perusahaan memperkerjakan *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura – pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan 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 atau penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggan jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kepercayaan pelanggan kepada perusahaan. Dan dapat membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat.

2.2.2 Mengukur Kepuasan Pasien di Rumah Sakit

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

Kebutuhan konsumen kesehatan amat bervariasi. Secara umum kebutuhan konsumen kesehatan adalah kebutuhan terhadap akses layanan kesehatan, layanan yang tepat waktu, layanan yang efektif dan efisien, layanan yang layak dan tepat, lingkungan yang aman serta penghargaan dan penghormatan. Sementara itu terdapat kebutuhan khusus pasien, antara

lain kesinambungan layanan kesehatan dan kerahasiaan. Hal – hal tersebutlah yang mempengaruhi kepuasan pasien di sarana pelayanan kesehatan (Tjiptono dan Chandra,2005).

Sarana pelayanan kesehatan sekarang ini harus mengikuti kebutuhan dan kepuasan pasiennya. Dengan pendekatan jaminan mutu layanan kesehatan, kepuasan adalah bagian integral dan menyeluruh dari kegiatan jaminan mutu layanan kesehatan. Artinya, pengukuran tingkat kepuasan harus menjadi kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari pengukuran mutu layanan kesehatan. Konsekuensi dari pola berpikir yang demikian adalah dimensi kepuasan pasien menjadi salah satu dimensi mutu pelayanan kesehatan yang terpenting.

Kepuasan dirasakan oleh seseorang yang telah mengalami suatu hasil (*outcome*) yang sesuai dengan harapannya. Jadi kepuasan merupakan fungsi dari tingkat harapan yang dirasakan dari hasil kegiatan. Apabila suatu hasil kegiatan melebihi harapan seseorang, orang tersebut akan dikatakan mengalami tingkat kepuasan yang tinggi (*full satisfied*). Apabila hasil kerja tersebut sama dengan yang diharapkan, seseorang dikatakan puas (*satisfied*). Akan tetapi apabila hasil tersebut jauh di bawah harapan, seseorang akan merasa tidak puas (*dissatisfied*). Untuk memahami tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan kesehatan, terlebih dulu kita harus memahami apa harapannya terhadap sebuah pelayanan. Harapan dibuat

berdasarkan pengalaman sebelumnya atau situasi yang sama, pernyataan yang dibuat oleh orang lain dan pernyataan yang dibuat oleh penyedia jasa pelayanan kesehatan (Kotler,2003).

Pasien memiliki hak untuk menyampaikan keluhannya terhadap pelayanan kesehatan yang diterimanya dan kemudian memberikan penilaian atas tanggapan yang diberikan oleh mereka yang menerima keluhan tersebut. Mekanisme *feed back* inilah yang kita harapkan akan meningkatkan mutu sarana pelayanan kesehatan. Pemahaman responden mengenai pelayanan kesehatan yang diterimanya akan menjadi sebuah perspektif kepada penentu keputusan di sarana pelayanan kesehatan supaya perspektif mengenai pelayanan kesehatan dari sudut pandangnya sebagai penyedia jasa dapat lebih dilengkapi lagi (Prastanika,2007).

Layanan kesehatan yang bermutu tidak terlepas dari kenyataan akan pentingnya menjaga kepuasan pasien, termasuk dalam menangani keluhan yang disampaikan oleh pasien. Kepuasan adalah sebuah suasana batin yang seharusnya direbut oleh layanan kesehatan untuk memenangkan persaingan dalam konteks pelayanan kepada masyarakat. Bagi pelayanan kesehatan secara khusus rumah sakit, penurunan kepuasan akan dapat diikuti oleh penurunan loyalitas dan ini merupakan sebuah warning bagi rumah sakit (Irawan,2007).

2.2.3 Indikator Kepuasan Pasien

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

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

Azwar (1994:48) menyatakan bahwa kualitas pelayanan kesehatan adalah menunjuk pada tingkat kesempurnaan penampilan pelayanan kesehatan yang dapat memuaskan setiap pemakai jasa pelayanan kesehatan sesuai dengan tingkat kepuasan rata – rata penduduk, tata cara penyelenggaraannya sesuai dengan standar dan kode etik profesi yang telah ditetapkan.

Pada intinya jika pelayanan terhadap pelanggan buruk, maka akan berakibat pada ketidakpuasan yang berdampak pula pada penurunan jumlah pelanggan, sebaliknya apabila suatu usaha dapat mempertahankan pelanggan bahkan meningkatkan kepuasan pelanggan maka diperkirakan akan meningkatkan keuntungan sebesar 25% pada skala rata-rata (Griffin, 1995). Wujud fisik, Keandalan, Jaminan, Empati dan Daya tanggap digunakan untuk mengukur gap/kesenjangan antara tingkat pelayanan yang diharapkan pelanggan dan tingkat pelayanan yang dirasakan yaitu dengan melakukan analisis kesenjangan (Parasuraman et al., 1985) dikutip oleh Buell dkk (2010).

2.3 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan (Fandy 2000:59). Sedang menurut Parasuraman yang dikutip oleh Harahap (2003:19) adalah suatu konsep yang secara tepat mewakili inti kinerja suatu pelayanan yaitu perbandingan antara keterhandalan dalam suatu umpan balik jasa (*service counter*) yang dilakukan oleh konsumen.

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

dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zeithaml (dalam Lupiyoadi, 2006; 181). *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan.

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

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

2.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan : *Tangible* (Wujud Fisik)

Pelayanan memegang peranan yang sangat penting karena merupakan aktivitas pendukung dalam kegiatan pemasaran. Kualitas pelayanan merupakan perbedaan antara kenyataan dengan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima. Dalam bisnis jasa kualitas pelayanan menjadi kunci keberhasilan perusahaan. Menurut Zithaml, Berry dan Parasuraman(1988) dalam Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana (2003:27) terdapat lima dimensi kualitas jasa, yaitu *Tangible*. *Tangible* merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dari segi visual (berhubungan dengan wujud fisik). Wujud fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Seperti yang telah diketahui bahwa karakteristik jasa adalah tidak bisa dilihat, dirasa dan diraba, maka aspek *tangible* menjadi sangat penting sebagai suatu ukuran terhadap pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu

kualitas pelayanan. Pelanggan akan mempunyai persepsi bahwa suatu hotel mempunyai pelayanan yang baik bila lobby-nya terlihat mewah dengan keramik dan lampu kristalnya, bengkel mobil dengan peralatan canggih-nya akan memberikan penilaian pelanggan bahwa bengkel tersebut memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi. Selain gedung dan peralatan, pelanggan juga akan menilai seragam dan penampilan fisik dari karyawan. Misalnya pramugari, dan pegawai bank dengan seragam yang baik akan memberikan impresi yang positif, memberikan sinyal bahwa mereka merupakan team yang terkoordinir dengan rapi. Seragam juga memberikan kenikmatan untuk penglihatan pelanggan.

Tangible (wujud fisik) yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan dan mempengaruhi harapan pelanggan. Karena *tangible* yang baik, harapan responden menjadi lebih tinggi.

2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan : *Reliability* (Kehandalan)

Reliability, atau kehandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. *Reliability* berarti perusahaan menepati apa yang dijanjikan dalam pelayanan mengenai pengantaran, pemecahan masalah, dan harga. Kehandalan meliputi dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat dapat dipercaya (*dependability*). Dalam hal ini perusahaan mampu melaksanakan jasanya secara benar sejak awal, memenuhi janjinya secara akurat dan dapat

diandalkan. Sedangkan Kotler (2005;616) mendefinisikan sebagai kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan cepat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi. Kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali contohnya sebuah perusahaan memilih konsultan karena reputasinya. Apabila konsultan tersebut mampu memberikan apa yang diinginkan klien, klien tersebut akan puas dan membayar *fee* konsultasi. Namun, bila konsultan tidak mampu mewujudkan apa yang diharapkan klien, *fee* konsultasi tidak akan dibayar penuh (Tjiptono, 2012).

Setiap perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang handal, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat (Parasuraman, 2001)

Tuntutan kehandalan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, mudah dan lancar menjadi syarat penilaian bagi orang yang dilayani dalam memperlihatkan aktualisasi kerja pegawai dalam memahami lingkup

dan uraian kerja yang menjadi perhatian dan focus dari setiap pegawai dalam memberikan pelayanannya.

2.3.3 Dimensi Kualitas Pelayanan : *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Responsiveness, atau daya tanggap yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas. Beberapa contohnya adalah ketepatan waktu pelayanan, kecepatan pelayanan, pemberian informasi yang jelas, tanggap terhadap keinginan pelanggan dan lain- lain. Sedangkan Kotler (2005:616) mendefinisikan daya tanggap sebagai kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat. Pelayanan yang responsive juga sangat dipengaruhi oleh sikap karyawan. Menurut Tjiptono (2012 :175) berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. Setiap pegawai diharapkan mempunyai daya tanggap yang tinggi dalam memberikan pelayanan kepada konsumen sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk – bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi,

sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif (Parasuraman, 2001: 52).

2.3.4 Dimensi Kualitas Pelayanan : Assurance (Jaminan)

Assurance, atau Jaminan/ kepastian mencakup pengetahuan, ketrampilan, keramah-tamahan para karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). Menurut Tjiptono (2012 :175) berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).

Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukan akan tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan (Parasuraman, 2001 : 69). Jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh pegawai sangat ditentukan oleh *performance* atau kinerja pelayanan,

sehingga diyakini bahwa pegawai tersebut mampu memberikan pelayanan yang bermutu dan professional yang berdampak pada kepuasan. Bentuk jaminan yang lain yaitu jaminan terhadap pegawai yang memiliki perilaku kepribadian (*personal behavior*) yang baik dalam memberikan pelayanan, tentu akan berbeda dengan pegawai yang mempunyai watak atau karakter yang kurang baik dalam memberikan pelayanan (Margaretha, 2003 :201).

2.3.5 Dimensi Kualitas Pelayanan : *Empathy* (Perhatian)

Empathy, atau empati / perhatian meliputi pemahaman masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta pemberian perhatian secara individual kepada pelanggan, kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan. Menurut Kotler (2005:617) mendefinisikan empati sebagai syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan.

Empati dalam suatu perusahaan sangat penting dalam memberikan suatu pelayanan yang berkualitas terhadap pasien. Suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Menurut Tjiptono (2012:175) perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Setiap kegiatan pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati (perhatian) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan (Parasuraman, 2001:40)

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh *Tangible* (Wujud Fisik) terhadap Kepuasan

Iwaarden dkk (2003) mendefinisikan *tangible* (wujud fisik) sebagai fasilitas fisik, peralatan dan penampilan karyawan serta tim manajemen. *Tangibility* juga didefinisikan sebagai kemudahan dalam visibilitas sumber daya yang diperlukan untuk memberikan layanan kepada pelanggan, karyawan yang berpenampilan baik dan kemudahan dalam mengakses materi tertulis seperti pamflet, brosur, folder, buku informasi dll akan memiliki konsekuensi yang menguntungkan pada tingkat kepuasan pelanggan (Parasuraman et al., 1985). Peralatan modern yang terlihat canggih dan menarik secara visual atau atraktif dipandang sebagai dampak positif dari tangibilitas terhadap kepuasan pelanggan (Ananth et al., 2011).

Dimensi *tangible* umumnya lebih penting bagi pelanggan yang baru. Tingkat kepentingan aspek ini umumnya relative lebih rendah bagi pelanggan yang sudah lama menjalin hubungan dengan penyedia

jasa. Implikasinya, bila perusahaan sangat fokus mengandalkan pelanggan lama sebagai strategi pertumbuhan, maka investasi dalam dimensi *tangible* ini perlu selektif.

Sarana pelayanan kesehatan sekarang ini harus mengikuti kebutuhan dan perkembangan teknologi peralatan kesehatan yang memadai sehingga akan memberi dampak yang positif terhadap kepuasan konsumennya. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit didapat jika perusahaan jasa tersebut tidak mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Pasien menginginkan fasilitas yang baik dari rumah sakit, fasilitas peralatan medis yang lengkap, ruang tunggu pasien yang bersih dan nyaman, sarana parkir yang memadai dan penampilan petugas yang rapi mengenakan seragam dan tanda pengenal. Dari aspek – aspek *tangible* yang dapat dilihat oleh konsumen maka akan mempengaruhi harapan konsumen akan kualitas pelayanan kesehatan yang ditawarkan sehingga memenuhi harapan konsumen yang akhirnya konsumen puas . Argumen di atas akan mengarah pada perkembangan hipotesis berikut:

H1: *Tangible* (wujud fisik) akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien rawat jalan di RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta.

2.4.2 Pengaruh *Reliability* (Keandalan) terhadap Kepuasan

Reliability (keandalan) didefinisikan sebagai kemampuan untuk melakukan layanan yang dibutuhkan kepada konsumen/pelanggan secara *dependably* (dapat dipercaya) dan akurat seperti yang dijanjikan (Zeithaml et al., 1990), atau dapat pula didefinisikan sebagai kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Berkenaan dengan hal tersebut maka kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen/pelanggan yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen/pelanggan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi tanpa kesalahan sangat diperlukan dalam rangka mendukung tercapainya kepuasan pelanggan. Memberikan layanan yang diperlukan sesuai dengan janji yang diberikan serta bebas dari kesalahan adalah paradigma keandalan dalam hal kualitas layanan yang akan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (Parasuraman et al., 1988).

Dalam memberikan layanan kepada konsumen/pelanggan, ketepatan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan, keakuratan dan memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan adalah pandangan dasar keandalan sebagai faktor terpenting dalam meyakinkan pelanggan untuk mempertahankan pelayanan (Yang dan Fang, 2004). Tinjauan literatur di atas akan mengarah pada pengembangan dari hipotesis berikut:

H2: *Reliability* (Kehandalan) akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien rawat jalan di RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta.

2.4.3 Pengaruh *Responsiveness* (Daya Tanggap) terhadap Kepuasan

Zeithaml et al. (1990) mendefinisikan responsif (daya tanggap) sebagai kepentingan yang ditunjukkan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen/pelanggan bila diperlukan. Daya tanggap (*responsiveness*) dapat pula diartikan sebagai kemampuan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat (responsif) dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

Selanjutnya, diteliti kesediaan atau kesiapan karyawan untuk memberikan layanan pelanggan yang dibutuhkan tanpa adanya ketidaknyamanan setiap saat akan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (Parasuraman et al., 1988). Tinjauan literatur di atas akan mengarah pada pengembangan berikut hipotesis:

H3: *Responsiveness* (daya tanggap) akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien rawat jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta.

2.4.4 Pengaruh Assurance (Jaminan) terhadap Kepuasan

Assurance (jaminan) didefinisikan sebagai pengetahuan dan perilaku yang baik atau sopan santun dari karyawan (Van Iwaarden et al., 2003). Selanjutnya, juga didefinisikan sebagai kemampuan karyawan dengan pengetahuan yang dimilikinya mampu menumbuhkan kepercayaan dirinya sehingga bebas/terhindar dari keragu-raguan akan sangat menyentuh tingkat kepuasan pelanggan (Parasuraman et al., 1988). Banyak istilah *assurance* (jaminan) dengan berbagai prosedur yang dijadikan perusahaan sebagai acuan untuk memberikan pelayanan sebaik –baiknya kepada konsumen seperti performance atau kinerja pelayanan karyawan dengan baik dan handal sehingga terbentuk rasa puas pelanggan. Sehingga dari argumen di atas akan mengarah pada pengembangan hipotesis berikut:

H4: *Assurance* (jaminan) akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien rawat jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta.

2.4.5 Pengaruh Empathy (Perhatian) terhadap Kepuasan

Empathy (perhatian) didefinisikan sebagai kemampuan untuk memberikan perhatian kepada konsumen/pelanggan secara individual (Iwaarden et al., 2003). Selanjutnya, dengan memahami harapan pelanggan lebih baik dari pada pesaing akan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (Parasuraman et al., 1988). Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada konsumen/pelanggan

dengan berupaya memahami keinginan/kebutuhannya meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan perhatian akan berdampak positif pada kepuasan pelanggan (Ananth et al., 2011). Tinjauan literatur di atas akan mengarah pada pengembangan hipotesis berikut :

H5: *Empathy* (perhatian) akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien rawat jalan di RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

No	Judul	Peneliti	Metode Statistik	Hasil Penelitian
1.	Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien RS Prikasih Jakarta	Pusporini, Hariyanto, Ridwan	Regresi berganda	1. Berdasarkan hasil uji t, variabel <i>Tangible, Assurance, Empati</i> secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, sedang <i>Reliability</i> dan <i>Responsiveness</i> secara parsial tidak berpengaruh dan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien RS Prikasih. 2. Berdasar <i>Rsquare</i> 0,583, artinya secara simultan variabel <i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy</i> mempunyai pengaruh sebesar 58,3% dan 41,7% dipengaruhi oleh variabel yang lain.
2.	Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Kesehatan	Edwar Gagah Purwana Taunay, 2005	Model Indeks Kepuasan Pelanggan	Berdasar hasil Penelitian kinerja dan harapan pasien terhadap kualitas pelayanan jasa RS Bhakti Wira Tamtama Semarang menunjukkan ketidakpuasan dari semua indikator kualitas pelayanan yaitu <i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assura</i>

	(RSBhakti Wira Tamtama Semarang)			<i>n</i> ce dan <i>Empathy</i> . Sehingga rumah sakit perlu memperbaiki kualitas pelayanannya terhadap pasien.
3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas pasien rawat jalan dan rawat inap RS Otorita Batam	Widya Chitamputi, 2013	Regresi berganda	1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (<i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy</i>) dan kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien. 2. Berdasarkan R^2 0,586 artinya loyalitas konsumen pada RS Otorita Batam dipengaruhi kualitas jasa dan kepuasan sebesar 58,6% sedang 41,4% dipengaruhi oleh faktor yang lain.

2.6 Kerangka pemikiran

Dalam bisnis jasa kualitas pelayanan menjadi kunci keberhasilan, karena hal ini sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengali kebenaran dari konsep *servQual* dari Zithaml, Berry dan Parasuraman (1998) yaitu *tangible* (wujud fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (perhatian) terhadap kepuasan pelanggan. Lima dimensi kualitas pelayanan tersebut memberikan kontribusi signifikan dan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara substansial.

Kepuasan pelanggan saat ini dapat dilakukan dengan mempelajari/memahami perilaku konsumen, untuk memahami pola perilaku konsumen sebagai upaya mempengaruhi mereka maka sebuah perusahaan

berusaha mencari bantuan dari lembaga eksternal dan berbagai sumber untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan sebagai bahan penelitian.

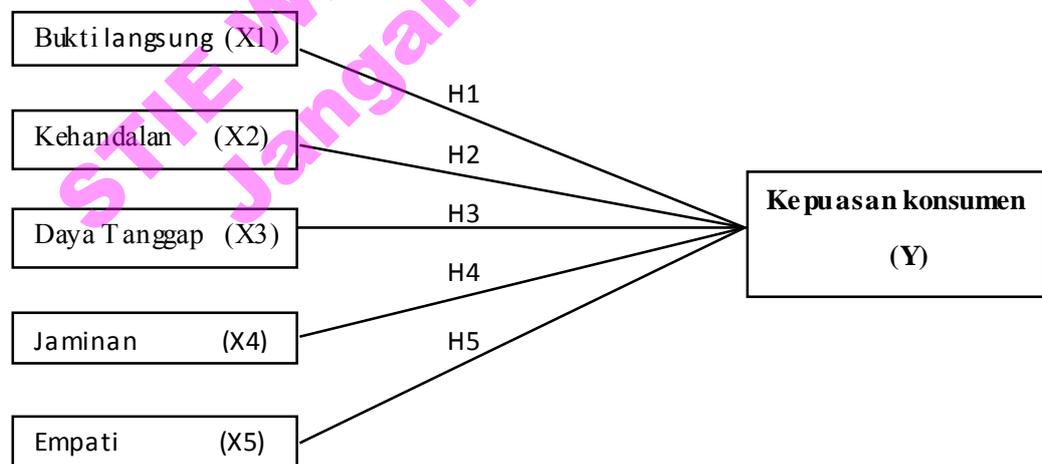
Pembahasan berikut menyajikan hipotesis untuk menguji kerangka yang diadopsi dalam penelitian ini. Sama dengan ketiga studi sebelumnya yang penelitiannya berfokus pada kepuasan konsumen sebagai *service outcome* dari kualitas pelayanan yang baik. Dalam tulisan ini, penulis mendefinisikan kualitas pelayanan sesuai dengan konsep servQual dari Parasuraman dalam meneliti seberapa tingkat kepuasan konsumen terhadap *tangible* (wujud fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (perhatian) dan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sesuai dengan tujuan penelitian.

Selama beberapa dekade, akademisi dan praktisi dibidang jasa pemasaran telah menunjukkan minat yang besar terhadap kualitas layanan sebagai kerangka evaluasi layanan (Parasuraman, 1985). Studi penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa kepuasan dan loyalitas konsumen sebagian besar dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dengan indikator *tangible* (wujud fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (perhatian).

Kepuasan sering dikaitkan dengan kualitas. Kualitas pelayanan kesehatan adalah menunjuk pada tingkat kesempurnaan penampilan pelayanan kesehatan yang dapat memuaskan setiap pemakai jasa pelayanan kesehatan sesuai dengan

tingkat kepuasan rata – rata penduduk, tata cara penyelenggaraannya sesuai dengan standar dan kode etik profesi yang telah ditetapkan (Azwar,1994). Dengan kata lain konsumen/pelanggan yang puas akan berdampak pada peningkatan loyalitas dan menyarankan orang lain untuk mencari produk barang/jasa, sementara konsumen/pelanggan yang tidak puas akan meninggalkan produk barang/jasa serta merekomendasikan orang lain untuk tidak menggunakan produk barang/jasa (La Barbera dan Mazursky, 1983).

Sehingga dari uraian – uraian diatas dapat diambil gambaran pengaruh kualitas pelayanan dengan indikator *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* terhadap kepuasan pasien rumah sakit sebagai berikut :



Gambar 2.2
Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan / Desain Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Dr. Sardjito Yogyakarta, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode statistik kuantitatif dan verifikatif melalui pendekatan survey.

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

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

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

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

Sifat penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*explanating research*) yaitu penelitian yang bertujuan untuk memaparkan dan menjelaskan sifat suatu keadaan yang sedang berlangsung pada saat penelitian dan memeriksa sebab-sebab dari gejala tersebut. Analisis data dilakukan dengan mencari nilai rata – rata hitung deviasi standar, dan mengubah skor menjadi norma relative dari masing – masing variabel menjadi lima kategori (sangat rendah, rendah, sedang, tinggi dan sangat tinggi).

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

3.2.1 Data Primer

Menurut Kuncoro (2003:136) adalah data yang dikumpulkan dari sumber - sumber asli. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil kuesioner mengenai kualitas jasa pelayanan yang dibagikan kepada pasien rawat jalan Rumah Sakit Dr. Sardjito Yogyakarta.

3.2.2 Data Sekunder

Menurut Kuncoro (2003:136) adalah data yang dikumpulkan dari pihak lain. Data sekunder ini diperoleh dari bagian promosi kesehatan dan rekam medis rumah sakit, mempelajari dokumen – dokumen terkait, laporan penelitian, publikasi dan literature lain yang mendukung penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti karena dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Elemen populasi adalah setiap anggota yang diamati. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan di Rumah Sakit Dr. Sardjito Yogyakarta. Jumlah populasi pada penelitian ini dihitung berpatokan pada rata – rata perbulan jumlah pasien rawat jalan tahun 2017 yaitu 35.807 orang

3.3.2 Sampel

Sampel adalah elemen populasi yang merupakan subyek pengukuran dari unit penelitian yang memberikan kesimpulan tentang seluruh populasi. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode *non-probability sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yaitu teknik pemilihan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2009:64). Alasan peneliti melakukan penarikan sampel dengan teknik ini karena jumlah pasien rawat jalan yang terlalu banyak,

sehingga tidak mungkin untuk melakukan penelitian terhadap semua anggota populasi.

Dengan ukuran populasi (N) = 35.807 , maka jumlah pasien rawat jalan yang akan dijadikan responden dihitung menggunakan rumus Slovin (Suliyanto,2006:100) :

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

Dimana :

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan yang ditoleransi dalam pengambilan sampel

n = Jumlah sampel

Melalui rumus diatas dapat dihitung sampel minimum sebagai berikut :

$$n = \frac{35,807}{1 + [35,807 \times (0,1)^2]} = 99,72$$

Maka berdasarkan perhitungan di atas, jumlah responden penelitian ini dengan tingkat kesalahan sebesar 10 % (tingkat kepercayaan 90 %) adalah 100 responden. Tapi peneliti melakukan survey dengan membagikan angket/kuesioner terhadap 150 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

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

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah dengan membagikan kuesioner langsung kepada pasien rawat jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan 5 variabel yang dianalisis. Jumlah responden yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 150 orang. Sampel pada penelitian ini yaitu pasien rawat jalan yang diperiksa di RSUP Dr. Sardjito memenuhi kriteria – kriteria yang sudah ditentukan, yaitu :

1. Pasien rawat jalan yang sudah berkunjung lebih dari 2 kali
2. Dapat berkomunikasi dengan baik
3. Umur 17 tahun keatas
4. Tidak ada gangguan jiwa
5. Bersedia menjadi responden dalam penelitian.

3.5 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2008) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang/ kelompok orang tentang fenomena social. Sehingga untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner. Dalam

penelitian ini penulis memakai skala likert (*Likert's Summated Ratings*) untuk pengukuran jawaban responden untuk variabel kualitas pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) dengan tingkatan sebagai berikut :

Sangat Tidak Setuju (STS) : nilai 1

Tidak Setuju (TS) : nilai 2

Agak Tidak Setuju (ATS) : nilai 3

Agak Setuju (AS) : nilai 4

Setuju (S) : nilai 5

Sangat Setuju (SS) : nilai 6

Demikian juga untuk variabel kepuasan konsumen yang dirasakan konsumen akan diwakili oleh pertanyaan dengan alternatif jawaban:

- 1) sangat tidak puas, 2) tidak puas, 3) agak tidak puas, 4) agak puas, 5) puas,
- 6) sangat puas.

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:2), variabel penelitian adalah segala sesuatu berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.

Mengacu pada pengertian tersebut, maka dalam penelitian ini variabel penelitiannya adalah :

1. Variabel bebas X (*variabel independent*)

Yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya, dimana variabel ini adalah Kualitas Pelayanan yang terdiri dari dimensi wujud fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), empati (*emphaty*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*)

2. Variabel terikat Y (*variabel dependant*)

Yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel independent, dimana variabel ini adalah Kepuasan konsumen /Pasien.

Dalam hal ini terdapat hubungan antara dua variabel, misal antara variabel X dan Y, maka jika variabel Y disebabkan oleh variabel X, maka variabel Y dinamakan variabel dependen dan variabel X dinamakan variabel bebas. Variabel bebas adalah antecedent dan variabel dependen adalah konsekuensi. Variabel yang tergantung atas variabel yang lain dinamakan variabel dependen (Nazir 2003:124). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independent atau variabel X yaitu kualitas pelayanan, sedang variabel dependent atau variabel Y yaitu kepuasan konsumen.

3.5.2 Definisi Operasional Variabel

Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini merupakan perasaan senang atau kecewa yang dialami pasien rawat jalan tentang kualitas pelayanan jasa kesehatan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta. Definisi operasional merupakan penjabaran dari tiap variabel didalam indikator – indikator yang terperinci.

Berikut ini operasional variabel penelitian yang direncana (Parasuraman et al.,1990:142-143), sebagai berikut :

- a. *Tangibles* (X1) yaitu penampilan luar dari *service quality* yang berupa fasilitas fisik, peralatan, kerap ihan karyawan dan informasi.
- b. *Reliability* (X2) yaitu kemampuan untuk menunjukkan atau melaksanakan service yang dijanjikan secara tepat waktu dalam spesifikasi yang sama (tidak berubah), tanpa kesalahan kapan saja pelayanan diberikan.
- c. *Responsiveness* (X3) yaitu kerelaan untuk membantu pelanggan dan memberikan service yang cepat. Pelanggan yang menunggu terlalu lama akan memberikan respon yang negatif terhadap *service quality* perusahaan.
- d. *Assurance* (X4) yaitu pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan untuk meyakinkan pelanggan sehingga pelanggan merasa aman atau terjamin.
- e. *Empathy* (X5) yaitu perhatian atau pemahaman secara pribadi kepada pelanggan.
- f. Kepuasan (Y) yaitu penilaian yang diberikan oleh pelanggan berdasarkan tingkat kepuasan.

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

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
<i>Tangible</i> (X1)	Penampilan luar dari <i>service quality</i> yang berupa penampilan fisik, peralatan, kerapuhan karyawan dan informasi	1. Fasilitas parkir 2. Kebersihan 3. Kerapuhan Karyawan 4. Kelengkapan Peralatan 5. Penampilan rumah sakit	Skala Likert
<i>Reliability</i> (X2)	Kemampuan untuk menunjukkan atau melaksanakan service yang dijanjikan secara tepat dan dapat dipercaya. Pelayanan harus tepat waktu dalam spesifikasi yang sama (tidak berubah) tanpa kesalahan kapan saja pelayanan diberikan	1. Ketepatan, kehandalan menangani pasien 2. Ketepatan diagnosis 3. Ketepatan pelayanan 4. Prosedur yang mudah 5. Melaksanakan sesuai tugas dan fungsinya	Skala Likert
<i>Responsiveness</i> (X3)	Kemauan untuk membantu konsumen melayani secara cepat dan tepat	1. Memberi pelayanan sebaik mungkin 2. Memberi informasi secara jelas 3. Cepat tanggap dalam melayani pasien 4. Memberi pelayanan secara cepat dan tepat 5. Mampu mendata pasien secara tepat	Skala Likert
<i>Assurance</i> (X4)	Pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan untuk meyakinkan pelanggan sehingga	1. Memiliki pengetahuan dalam menjalankan	Skala Likert

	pelanggan merasa aman dan terjamin.	<p>profesinya</p> <p>2. Memberi pelayanan dengan ramah</p> <p>3. Mempunyai sifat yang dapat dipercaya</p> <p>4. Mempunyai ketrampilan dalam melayani pasien</p> <p>5. Memberi jaminan pelayanan secara profesional</p>	
<i>Empathy</i> (X5)	Perhatian atau pemahaman secara pribadi kepada pelanggan, kemudahan komunikasi, memahami kebutuhan konsumen	<p>1. Peduli pada pasien yang memerlukan penanganan khusus</p> <p>2. Memberi kemudahan komunikasi</p> <p>3. Melayani pasien walaupun waktu istirahat</p> <p>4. Memberi perhatian secara individual kepada pasien</p> <p>5. Memberi perhatian saat konsumen mengajukan kritik</p>	Skala Likert
Kepuasan pelanggan (Y)	Penilaian yang diberikan oleh pelanggan berdasarkan tingkat harapan	<p>1. Kepuasan pelayanan dengan indikator wujud fisik/bukti langsung</p> <p>2. Kepuasan pelayanan karena kehandalan, ketepatan diagnose</p> <p>3. Kepuasan karena kesigapan, ketepatan dan kejelasan informasi</p> <p>4. Kepuasan karena</p>	Skala Likert

		keramahan, dan kesopanan	
		5. Kepuasan karena perhatian dan kepedulian	

3.6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas instrumen

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrument. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi dan instrument yang kurang valid memiliki validitas yang rendah. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan yaitu kuesioner layak digunakan atau tidak. Uji validitas dilakukan pada masing – masing item pertanyaan setiap variabel. Item – item pertanyaan dapat dikatakan valid jika memiliki r hitung lebih dari 0,3. Berikut ini adalah hasil dari uji validitas pada variabel penelitian.

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

No.	Variabel	Item2	R-hitung	R-kritis	Keterangan
1	Tangible	Item 1	0,835	0,3	Valid
		Item 2	0,822	0,3	Valid
		Item 3	0,710	0,3	Valid
		Item 4	0,653	0,3	Valid
		Item 5	0,527	0,3	Valid
2	Reliability	Item 1	0,592	0,3	Valid
		Item 2	0,488	0,3	Valid
		Item 3	0,889	0,3	Valid
		Item 4	0,935	0,3	Valid
		Item 5	0,812	0,3	Valid

3	Responsiveness	Item 1	0,761	0,3	Valid
		Item 2	0,863	0,3	Valid
		Item 3	0,792	0,3	Valid
		Item 4	0,915	0,3	Valid
		Item 5	0,880	0,3	Valid
4	Assurance	Item 1	0,815	0,3	Valid
		Item 2	0,726	0,3	Valid
		Item 3	0,927	0,3	Valid
		Item 4	0,797	0,3	Valid
		Item 5	0,831	0,3	Valid
5	Empathy	Item 1	0,648	0,3	Valid
		Item 2	0,862	0,3	Valid
		Item 3	0,916	0,3	Valid
		Item 4	0,919	0,3	Valid
		Item 5	0,905	0,3	Valid
6	Kepuasan	Item 1	0,805	0,3	Valid
		Item 2	0,747	0,3	Valid
		Item 3	0,851	0,3	Valid
		Item 4	0,666	0,3	Valid
		Item 5	0,856	0,3	Valid

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Hasil pengujian validitas pada variabel *Tangible* (wujud fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (perhatian) yang memiliki jumlah pernyataan masing – masing 5 item dan variabel kepuasan dengan jumlah 5 item menunjukkan hasil yang semuanya valid. Nilai r hitung pada item pernyataan semua diatas 0,3. Sehingga disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner semua valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas variabel

Setelah lolos pada uji validitas maka selanjutnya dilakukan tahap uji reliabilitas yang dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang

digunakan memiliki hasil pengukuran yang tetap konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala dengan gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung reliabilitas *koefisien alpha* dari *cronbach*. Instrumen yang dipakai dikatakan handal (*reliable*) jika memiliki nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,6. Hasil uji reliabilitas pada masing – masing variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut.

Tabel 3.3
Hasil Uji Reliabilitas Variabel

No.	Variabel	cronbach's Alpha	Keterangan
1	Tangible	0,937	Reliabel
2	Reliability	0,907	Reliabel
3	Responsiveness	0,909	Reliabel
4	Assurance	0,931	Reliabel
5	Empathy	0,919	Reliabel
6	Kepuasan	0,910	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas maka dapat diketahui bahwa variabel penelitian yaitu *Tangible* (wujud fisik), *Reliability*(kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (perhatian) dan variabel kepuasan, semuanya reliabel atau memiliki konsistensi sebagai alat ukur. Hal ini dibuktikan dengan nilai *cronbach's alpha* diatas 0,6.

3.7 Metode Analisa data

Teknik analisa data menggunakan :

3.7.1 Analisa regresi

Dilakukan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai indikator. Analisis ini digunakan dengan melibatkan dua atau lebih variabel bebas antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X).

Bentuk persamaan regresinya adalah :

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

Dimana Y = variabel terikat (kepuasan pasien)

X = variabel bebas (kualitas pelayanan)

a = bilangan konstanta

b = koefisien arah garis

3.7.2 Uji Hipotesis

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

1. $H_0 : \beta_i = 0$

Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen.

2. $H_a : \beta_i \neq 0$

Terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen. Jika H_0 ditolak, maka H_a diterima dan ini berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Untuk menentukan taraf signifikan, maka mengambil interval keyakinan sebesar 95% sehingga tingkat kesalahan α sebesar 5% (0,05) dan derajat kebebasan (df).

$$df = n - k + 1$$

a. Menentukan Uji t

Sedangkan untuk menguji apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y, maka digunakan statistik uji t.

Uji statistik dengan menggunakan rumus statistik t. Nilai r, yang telah diperoleh, disubstitusikan ke dalam rumus t, sebagai berikut :

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

Dengan ketentuan :

$t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y

b. Statistik Uji F

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

$$F = \frac{R^2(N - m - 1)}{m(1 - R^2)} \text{ dengan } df = N - m - 1$$

- Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti H_0 ditolak, dengan demikian H_a diterima
- Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti H_0 diterima, dengan demikian H_a ditolak

3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)

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

$$Kd = r^2$$

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Hasil analisis korelasi yang dikuadratkan

Untuk mengukur kuat tidaknya hubungan linier antara variabel bebas X (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) dengan variabel terikat Y, digunakan rumus :

$$R_{Y.X_1X_2X_3X_4X_5} = \frac{b_1 \sum X_1Y + b_2 \sum X_2Y + b_3 \sum X_3Y + b_4 \sum X_4Y + b_5 \sum X_5Y}{\sum Y^2}$$

Dimana :

X = Variabel independen

Y = Variabel dependen

Tabel 3.4
Interprestasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,00	Sangat Kuat

Sumber : Ridwan (2003)

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden

Untuk mengetahui besarnya Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta, maka dilakukan penelitian dengan menyebarkan angket atau kuesioner kepada 150 responden. Berikut ini adalah tabel – tabel yang disusun untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden.

Gambaran umum responden yang pertama berdasarkan jenis kelamin yang berobat rawat jalan di RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta.

4.1.1 Jenis Kelamin

Gambaran umum responden yang pertama berdasarkan jenis kelamin yang berobat rawat jalan di RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta, disajikan pada Tabel 4.1 sebagai berikut.

Tabel 4.1.
Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Pria	76	50,67%
2.	Wanita	74	49,33%
	Jumlah	150	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Dari tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin pria berjumlah 76 orang (50,67 %) dan yang berjenis kelamin wanita

berjumlah 74 orang (49,33 %). Dapat disimpulkan bahwa yang menggunakan pelayanan jasa rawat jalan dan menjadi responden dalam penelitian ini didominasi oleh pasien berjenis kelamin pria. Data pada tabel 4.1 dapat digambarkan dalam diagram *pie chart* sebagai berikut :



Gambar 4.1
Diagram *Pie* Jenis Kelamin

4.1.2 Usia

Gambaran umum responden berdasarkan usia disajikan pada Tabel 4.2 sebagai berikut.

Tabel 4.2
Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	17 – 25	9	6,00%
2.	26 – 35	27	18,00%
3.	36 – 45	33	22,00%
4.	46 – 55	29	19,33%
5.	> 55	52	34,67%
	Jumlah	150	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Dari tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa usia responden cukup bervariasi mulai usia 17 tahun sampai dengan usia diatas 55 tahun. Dapat disimpulkan

bahwa mayoritas jumlah pasien rawat jalan yang menjadi responden mayoritas adalah usia lebih dari 55 tahun yaitu sebanyak 52 orang (34,67 %), sementara yang paling sedikit adalah usia 17 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan jasa kesehatan di Rumah Sakit banyak dimanfaatkan oleh pasien dengan usia diatas 55 tahun, karena di usia tersebut sudah rentan akan penyakit sehingga perlu untuk berobat ke rumah sakit. Data pada tabel 4.2 dapat digambarkan dalam diagram *pie chart* sebagai berikut :



Gambar 4.2
Diagram *Pie* Usia

4.1.3 Pekerjaan

Gambaran umum responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada Tabel 4.3 sebagai berikut.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	PNS/ Polri/TNI	34	22,67%
2.	Pegawai Swasta	27	18,00%
3.	Wirausaha	23	15,33%

4.	Petani/Buruh	19	12,67%
5.	Pelajar/Mahasiswa	16	10,67%
6.	Lainnya	31	20,67%
	Jumlah	150	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2018)

Hasil Tabel 4.3 menunjukkan gambaran umum responden berdasarkan pekerjaan cukup bervariasi pekerjaannya yaitu PNS/Polri/TNI sebanyak 34 responden (22,67%), Pegawai Swasta sebanyak 27 responden (18%), Wirausaha sebanyak 23 responden (15,33%), Petani/Buruh sebanyak 19 responden (12,67%), Pelajar/Mahasiswa sebanyak 16 responden (10,67%), dan pekerjaan lain sebanyak 31 responden (20,67%). Data pada Tabel 4.3 dapat digambarkan dalam diagram *pie chart* sebagai berikut :



Gambar 4.3
Gambar Pie Pekerjaan

4.2 Analisis Data Penelitian

Analisa data penelitian bertujuan untuk menguji hipotesis yang diusulkan dalam penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini

adalah analisis regresi berganda (*multiple regression analysis*). Teknik pengolahan data dengan menggunakan Statistical Program for Social Sciences (SPSS) versi 16.

4.2.1 Hasil Analisis Regresi

Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas yang terdiri dari *tangibles* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), *empathy* (X5) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y). Persamaan Model analisis regresi berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

$$Y_i = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y_i = Kepuasan Pelanggan

X_1 = *Tangibles* (bukti langsung)

X_2 = *Reliability* (kehandalan)

X_3 = *Assurance* (asuransi)

X_4 = *Empathy* (empati)

X_5 = *Responsiveness* (daya tanggap)

b_0 = *Konstanta*

$b_1...b_5$ = *Koefisien regresi variabel independent*

e = Kesalahan estimasi

Untuk membuktikan Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini dilakukan uji F dan uji t. Dalam penelitian ini ditetapkan tingkat kepercayaan (confidence interval) = 95% (< = 5 %).

Tabel 4.4
Hasil Analisis Regresi
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.587	1.139		2.271	.025
	Tangible	.300	.050	.369	5.987	.000
	Reliability	.167	.072	.184	2.308	.022
	Responsiveness	.122	.063	.139	1.940	.054
	Assurance	.116	.059	.128	1.981	.050
	Empathy	.167	.055	.199	3.048	.003

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Variabel dependent = Kepuasan (Y)

Variabel independent = *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy*.

Persamaan regresi berganda : $Y = 2,587 + 0,300 X_1 + 0,167 X_2 + 0,122 X_3 + 0,116 X_4 + 0,167 X_5$

Berdasarkan persamaan di atas dapat menunjukkan bahwa:

1. *Koefisien regresi* dari semua variabel bebas menunjukkan nilai yang positif, hal ini berarti bahwa semua variabel bebas mempunyai hubungan yang searah/positif terhadap variabel terikatnya.
2. Variabel bebas yang dominan adalah variabel *tangible* dengan *koefisien regresinya* sebesar 0,300

Untuk mengetahui *koefisien korelasi* (hubungan) antara variabel terikat dan variabel bebas serta *koefisien determinasi* dapat dilihat pada tabel berikut:

Uji Determinasi (R^2)

Uji Determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh atau kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. R^2 adalah perbandingan antara variabel Y yang dijelaskan oleh variabel X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5 secara bersama – sama dibanding dengan variabel total Y.

Tabel 4.5
Hasil Uji R^2 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.854 ^a	.730	.720	1.45762

Sumber: Data Primer Diolah (2018)
 Variabel dependent = Kepuasan (Y)
 Variabel independent = Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy

Hasil Tabel 4.12 *Koefisien korelasi* ($R = 0,854$) artinya bahwa variabel bebas yang diamati mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan variabel terikat sedangkan *koefisien determinasi* (R square) sebesar 0,730 menunjukkan besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) terhadap variabel terikat (Kepuasan) sebesar 73 % dan terdapat 27 % , variabel terikat (Kepuasan) dipengaruhi variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Besarnya pengaruh variabel lain ini sering disebut sebagai error (e). Untuk menghitung nilai error

dapat digunakan rumus $e = 1 - R^2$. Dengan catatan besarnya nilai koefisien determinasi (Rsquare) antara 0-1. Sementara jika dijumpai Rsquare minus (-) maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh X terhadap Y. Semakin kecil nilai koefisien determinasi, maka ini artinya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin lemah. Sebaliknya jika Rsquare semakin mendekati 1, maka pengaruh tersebut semakin kuat.

4.2.2 Hasil Analisis Uji t

Hasil uji t untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*) secara parsial terhadap variabel dependen (Kepuasan Pasien), dalam penelitian ini terdapat lima hipotesis. Adanya pengaruh yang signifikan apabila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ pada taraf signifikansi 5%, dengan nilai tabel 1,976. maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya apabila $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji t (Uji Parsial)

Hipotesis	Koefisien	Nilai t-hitung	Nilai t-tabel	Keterangan
<i>Tangible</i> → Kepuasan pasien	0,300	5,987	1,976	Signifikan
<i>Reliability</i> → Kepuasan	0,167	2,308	1,976	Signifikan
<i>Responsiveness</i> → Kepuasan	0,122	1,940	1,976	Tidak Signifikan
<i>Assurance</i> → Kepuasan	0,116	1,981	1,976	Signifikan
<i>Empathy</i> → Kepuasan	0,167	3,048	1,976	Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan hasil olah data diperoleh bahwa variabel bebas yang memiliki pengaruh *signifikan* terhadap kinerja berturut-turut yaitu :

- a. variabel *tangible* dengan nilai t-hitung sebesar 5,987
- b. variabel *empathy* dengan nilai t-hitung sebesar 3,048
- c. variabel *reliability* dengan nilai t-hitung sebesar 2,308
- d. variabel *assurance* dengan nilai t-hitung sebesar 1,981

Sedangkan variabel *responsiveness* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan layanan di RSUP Dr.Sardjito Yogyakarta

Pada tabel 4.13 dapat dilihat bahwa variabel *tangible*, *reliability*, *assurance*, dan *empathy* secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien. Sedangkan *responsiveness* secara parsial tidak berpengaruh signifikan. Nilai t yang dihasilkan menunjukkan arah pengaruh yang positif pada semua hipotesis, artinya semakin tinggi variabel independen *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, maka semakin tinggi pula kepuasan pasien, dan begitu sebaliknya. Nilai t yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan adalah variabel *tangible* (5,987), selanjutnya *empathy* (3,048), *reliability* (2,308), *assurance* (1,981) dan terakhir *responsiveness* (1,940). Hasil dari uji hipotesis masing – masing dapat dijelaskan dalam pembahasan.

4.2.3 Hasil Analisis Uji Serempak (uji F)

Uji F adalah perbandingan antara variabel Y yang dapat dijelaskan oleh variabel di dalam model dibanding variabel yang dijelaskan oleh variabel diluar model. R^2 dan uji F bersifat sejalan atau saling

menggantikan. Jika F hitung lebih besar dari F tabel artinya pemilihan variabel bebas sudah tepat. Pengaruh uji secara serempak variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kinerja sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji F / Simultan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	826.188	5	165.238	77.771	.000 ^a
	Residual	305.952	144	2.125		
	Total	1132.140	149			

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Tabel 4.8
Rekap Hasil Uji F dan R²

Var. Terikat	Var. Bebas	Koef. Korelasi	Koef. Determinasi	F- hitung	F- tabel	Kep thd Ho	Ket
Y	X1 X2 X3 X4 X5	0,854	0,730	77,771	2,27	Ditolak	Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Variabel dependent = Kepuasan (Y)

Variabel independent = *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*

Berdasarkan tabel diatas bahwa nilai signifikansi dalam uji F sebesar 0,000 lebih kecil < dari probabilitas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan.

Nilai F- hitung dari semua variable bebas (*tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) sebesar $77,771 > F$ tabel 2,27 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti semua variabel bebas (*tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya (kepuasan).

4.3 Pembahasan

Pembahasan ini akan membahas tentang hasil penelitian sesuai dengan tujuan penelitian yang terdiri dari dua tujuan utama yaitu : Pertama, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dengan indikator *tangible* (wujud fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (perhatian) terhadap kepuasan pasien rawat jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta secara parsial maupun simultan. Kedua untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dan variabel apa yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pasien rawat jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta.

4.3.1 Hipotesis 1: *Tangible* (wujud fisik) berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien

Hasil pengujian hipotesis pertama dengan SPSS menghasilkan nilai koefisien pengaruh *tangible* terhadap kepuasan dengan nilai 0,300. Nilai koefisien bertanda positif dapat disimpulkan bahwa hubungan antara keduanya adalah searah, artinya semakin baik *tangible* maka semakin baik pula kepuasan pasien. Variabel *tangible* ini menduduki urutan pertama

variabel yang paling besar mempengaruhi kepuasan. Variabel ini merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh atau memiliki keeratan hubungan antar variabel kualitas pelayanan, paling tinggi dibandingkan dengan variabel yang lainnya *Reliability, Responsiveness, assurance, dan Empathy*.

Berdasarkan Tabel 4.6 hasil Uji t statistic diperoleh nilai t-hitung variabel *tangible* (5,987) lebih besar dari t-tabel (1,976) maka hipotesis pertama yang menyatakan “*Tangible* (wujud fisik) berpengaruh positif pada kepuasan pasien rawat jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta” **diterima**. Pengaruh yang signifikan dan memiliki arah positif *Tangible* (wujud fisik) terhadap Kepuasan pasien.

Tangible (wujud fisik) merupakan aspek yang secara langsung dapat dilihat oleh pelanggan yang mempengaruhi secara visual. Aspek ini meliputi fasilitas, peralatan, penampilan karyawan. *Tangible* yang baik akan semakin baik pula persepsi pasien sehingga akan mempengaruhi kepuasan pasien. Penelitian ini sesuai dengan pendapat Zithaml dan Bitner (2004) yang menyatakan bahwa *tangible* merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Perkembangan teknologi dan persaingan rumah sakit menuntut untuk mengikuti perkembangan dengan peralatan medis yang semakin canggih

juga, sehingga akan mempengaruhi persepsi pasien akan kualitas jasa. Sesuai dengan Kotler dan Keller (2008;39) bahwa karakteristik jasa yang *intangible* (tak berwujud), tidak bisa dirasakan sebelum jasa itu digunakan. Sehingga perusahaan mendemonstrasikan kualitas jasa mereka melalui bukti fisik misalnya sarana parkir, fasilitas rumah sakit peralatan medis yang canggih, seragam dan tanda pengenal, ruang tunggu yang nyaman dan bersih, desain rumah sakit dan lain sebagainya. Hal ini sangat penting karena akan mempengaruhi persepsi pasien tentang harapan mereka akan kualitas pelayanan jasa kesehatan yang mereka terima sehingga konsumen akan merasa puas. Layanan kesehatan yang bermutu tidak terlepas dari kenyataan akan pentingnya menjaga kepuasan pasien. Kepuasan adalah sebuah suasana batin yang seharusnya direbut oleh layanan kesehatan untuk memenangkan persaingan dalam konteks pelayanan kepada masyarakat. Bagi pelayanan kesehatan secara khusus rumah sakit, penurunan kepuasan akan diikuti oleh penurunan loyalitas dan ini merupakan sebuah *warning* bagi rumah sakit (Irawan, 2007).

Tangible atau wujud fisik merupakan salah satu indikator yang sangat mempengaruhi persepsi pasien sehingga sangat penting diperhatikan oleh suatu perusahaan. Iwaarden dkk (2003) mendefinisikan *tangible* (wujud fisik) sebagai fasilitas fisik, peralatan dan penampilan karyawan serta tim manajemen. Peralatan modern yang terlihat canggih dan menarik secara

visual atau atraktif dipandang sebagai dampak positif dari tangibilitas terhadap kepuasan pelanggan (Ananth et al., 2011). Bentuk pelayanan fisik suatu perusahaan berupa bagaimana cara memaksimalkan kondisi, fasilitas, kemampuan, maupun perangkat lainnya sehingga menghasilkan bentuk timbal balik yang baik antara perusahaan dan pelanggan karena pelayanan yang diberikan perusahaan dapat dinilai langsung oleh pelanggan.

Dari pihak manajemen rumah sakit perlu memperbaiki dari segi sarana parkir yang terdapat di RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta. Hal perlu dipertimbangkan oleh Manajemen rumah sakit karena RSUP Dr. Sardjito merupakan rujukan tertinggi di Yogyakarta bagian selatan dan sekitarnya yang berobat ke rumah sakit menggunakan kendaraan untuk mengantar pasien.

Sarana pelayanan kesehatan sekarang ini harus mengikuti kebutuhan dan perkembangan teknologi peralatan kesehatan yang memadai sehingga akan memberi dampak yang positif terhadap kepuasan pasiennya. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit didapat jika perusahaan jasa tersebut tidak mengerti apa yang diharapkan oleh pelanggannya. Pasien menginginkan fasilitas yang baik dari rumah sakit, fasilitas peralatan medis yang lengkap, ruang tunggu pasien yang bersih dan nyaman, sarana parkir yang memadai dan

penampilan petugas yang rapi mengenakan seragam dan tanda pengenal. Dari aspek – aspek *tangible* yang dapat dilihat oleh pasien maka akan mempengaruhi harapan pasien akan kualitas pelayanan kesehatan yang ditawarkan sehingga memenuhi harapan pasien yang akhirnya pasien puas.

4.3.2 Hipotesis 2: *Reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien

Hasil pengujian hipotesis kedua dengan SPSS menghasilkan nilai koefisien pengaruh *reliability* terhadap kepuasan dengan nilai 0,167. Nilai koefisien bertanda positif dapat disimpulkan bahwa hubungan antara keduanya adalah searah, artinya semakin baik *reliability* maka semakin baik pula kepuasan konsumen. Variabel *reliability* ini menduduki urutan yang sama dengan *empathy* karena mempunyai nilai koefisien yang sama yaitu 0,167, yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan Tabel 4.6 hasil Uji t statistic diperoleh nilai t-hitung variabel *reliability* (2,308) lebih besar dari t-tabel (1,976) maka hipotesis kedua yang menyatakan “*Reliability* (kehandalan) berpengaruh positif pada kepuasan pasien rawat jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta” **diterima**. Pengaruh yang signifikan dan memiliki arah positif *Reliability* (kehandalan) terhadap Kepuasan pasien.

Reliability, atau kehandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. *Reliability*

berarti perusahaan menepati apa yang dijanjikan dalam pelayanan mengenai pengantaran, pemecahan masalah, dan harga. Keandalan meliputi dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat dapat dipercaya (*dependability*). Dalam hal ini perusahaan mampu melaksanakan jasanya secara benar sejak awal, memenuhi janjinya secara akurat dan dapat diandalkan. Sedangkan Kotler (2005;616) mendefinisikan sebagai kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan cepat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi. Kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali contohnya sebuah perusahaan memilih konsultan karena reputasinya. Apabila konsultan tersebut mampu memberikan apa yang diinginkan klien, klien tersebut akan puas dan membayar *fee* konsultasi. Namun, bila konsultan mewujudkan apa yang diharapkan klien, *fee* konsultasi tidak akan dibayar penuh (Tjiptono, 2012).

Setiap perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang handal, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan,

tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat (Parasuraman, 2001)

Tuntutan kehandalan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, mudah dan lancar menjadi syarat penilaian bagi orang yang dilayani dalam memperlihatkan aktualisasi kerja pegawai dalam memahami lingkup dan uraian kerja yang menjadi perhatian dan focus dari setiap pegawai dalam memberikan pelayanannya.

4.3.3 Hipotesis 3: *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien

Hasil pengujian hipotesis ketiga dengan SPSS menghasilkan nilai koefisien pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan dengan nilai 0,122. Nilai koefisien bertanda positif dapat disimpulkan bahwa hubungan antara keduanya adalah searah, artinya semakin baik *responsiveness* maka semakin baik pula kepuasan pasien. Namun variabel *responsiveness* ini merupakan variabel yang tidak signifikan mempengaruhi kepuasan. Pengertian signifikansi dan pandangan kalau riset harus menghasilkan temuan yang signifikan tidak benar 100% karena dalam dunia nyata tidak semua bersifat signifikan. Jika terjadi hasil penelitian tidak signifikan tetapi bermakna, maka temuan penelitian tersebut akan tetap berguna setidaknya – tidaknya untuk menjadi bahan kajian ulang peneliti selanjutnya. Hasil tidak signifikan, maka artinya adalah data yang dikumpulkan tidak berhasil

membuktikan keterkaitan antara variabel *responsiveness* dan kepuasan, dan bukan berarti *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan, melainkan data sampel tidak berhasil membuktikan hubungan tersebut. Hal ini berarti data yang dikumpulkan tidak berhasil membuktikan hipotesis karena data yang digunakan terlalu kecilnya sampelnya. Ada kalanya dibutuhkan sampel yang besar untuk membuktikan adanya hubungan dua variabel atau lebih. Dan bisa juga karena *outliers* yaitu data yang aneh, keanehan bisa karena salah dalam mengentri data, bisa karena individu responden yang memang unik. Banyak konteks yang bisa mempengaruhi signifikan tidaknya hasil uji statistik kita, karakteristik sampel, variabel yang diteliti, level atau kategori skor, atau desain penelitian sangat mempengaruhi hasil uji statistik yang digunakan.

Berdasarkan Tabel 4.6 hasil Uji t statistic diperoleh nilai t-hitung variabel *responsiveness* (1,940) lebih kecil dari t-tabel (1,976) maka hipotesis ketiga yang menyatakan “*Responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh positif pada kepuasan pasien rawat jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta” **ditolak atau tidak diterima**. Dengan demikian variabel *responsiveness* tidak berpengaruh *signifikan* terhadap variabel kepuasan layanan di RSUP Dr.Sardjito Yogyakarta

Hal ini perlunya tindak lanjut dari manajemen rumah sakit agar segera memperbaiki aspek *responsiveness* dari dokter, perawat, dan petugas lain

agar meningkatkan sikap responsifnya terhadap pasien. Kegiatan melayani pasien dengan segera dan sebaik – baiknya di suatu rumah sakit tidak sekedar tentang kehandalan dokter, perawat itu saja tetapi juga bagaimana cara menanggapi pasien dalam kondisi apapun. Suatu rumah sakit harus menyadari betapa pentingnya kualitas pelayanan dengan daya tanggap yang baik dan mengerti keinginan pasien, sehingga pasien merasa dihargai dan dimengerti oleh rumah sakit yang akhirnya akan memuaskan pasien dan meningkatkan kepercayaan terhadap rumah sakit. Sesuai dengan pendapat Zeithaml dan Bitner (2004) yang menyatakan *responsiveness* (daya tanggap) merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi pelanggan untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Responsiveness, atau daya tanggap yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas. Beberapa contohnya adalah ketepatan waktu pelayanan, kecepatan pelayanan, pemberian informasi yang jelas, tanggap terhadap keinginan pelanggan dan lain- lain. Sedangkan Kotler (2005:616) mendefinisikan daya tanggap sebagai kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat. Pelayanan yang responsive juga sangat dipengaruhi oleh sikap karyawan. Menurut Tjiptono (2012 :175) berkenaan dengan kesediaan dan

kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.

Setiap pegawai diharapkan mempunyai daya tanggap yang tinggi dalam memberikan pelayanan kepada konsumen sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk – bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif (Parasuraman, 2001: 52).

4.3.4 Hipotesis 4: Assurance berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien

Hasil pengujian hipotesis keempat dengan SPSS menghasilkan nilai koefisien pengaruh *assurance* terhadap kepuasan dengan nilai 0,167. Nilai koefisien yang positif dapat disimpulkan bahwa hubungan antara keduanya adalah searah, artinya semakin baik *assurance* maka semakin baik pula kepuasan konsumen. Variabel *assurance* ini menduduki urutan terakhir yang mempengaruhi kepuasan.

Berdasarkan Tabel 4.13 hasil Uji t statistic diperoleh nilai t-hitung variabel *assurance* (1,981) lebih besar dari t-tabel (1,976) maka hipotesis keempat yang menyatakan “*Assurance* (jaminan) berpengaruh positif pada

kepuasan pasien rawat jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta” **diterima**. Pengaruh yang signifikan dan memiliki arah positif Assurance (jaminan) terhadap Kepuasan pasien. Arah koefisien pengaruh memiliki arah positif artinya semakin tinggi Assurance (jaminan) maka semakin tinggi pula kepuasan pasien.

Assurance, atau Jaminan/ kepastian mencakup pengetahuan, ketrampilan, keramah-tamahan para karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). Menurut Tjiptono (2012 :175) berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).

Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukan akan tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas

layanan yang diberikan (Parasuraman, 2001 : 69). Jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh pegawai sangat ditentukan oleh performance atau kinerja pelayanan, sehingga diyakini bahwa pegawai tersebut mampu memberikan pelayanan yang bermutu dan professional yang berdampak pada kepuasan. Bentuk jaminan yang lain yaitu jaminan terhadap pegawai yang memiliki perilaku kepribadian (*personal behavior*) yang baik dalam memberikan pelayanan, tentu akan berbeda dengan pegawai yang mempunyai watak atau karakter yang kurang baik dalam memberikan pelayanan (Margaretha, 2003 :201).

Dari berbagai uraian diatas , betapa pentingnya memperhatikan *assurance* (jaminan) dalam suatu perusahaan yang fungsinya untuk menumbuhkan rasa percaya akan berbagai hal atas produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut sehingga tercipta kualitas pelayanan yang diharapkan, yang pada akhirnya pelanggan merasa puas akan pelayanan yang diberikan.

4.3.5 Hipotesis 5: *Empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien

Hasil pengujian hipotesis kelima dengan SPSS menghasilkan nilai koefisien pengaruh *empathy* terhadap kepuasan dengan nilai 0,167. Nilai koefisien yang positif dapat disimpulkan bahwa hubungan antara keduanya adalah searah, artinya semakin baik *empathy* maka semakin baik pula

kepuasan konsumen. Variabel *empathy* ini menduduki urutan yang sama dengan *reliability* (karena memiliki nilai koefisien yang sama yaitu 0,167) mempengaruhi kepuasan.

Berdasarkan Tabel 4.6 hasil Uji t statistic diperoleh nilai t-hitung variabel *empathy* (3,048) lebih besar dari t-tabel (1,976) maka hipotesis kelima yang menyatakan “*Empathy* (perhatian) berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien rawat jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta” **diterima**. Pengaruh yang signifikan dan memiliki arah positif *Empathy* (perhatian) terhadap Kepuasan pasien.

Empathy, atau empati / perhatian meliputi pemahaman masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta pemberian perhatian secara individual kepada pelanggan, kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan. Menurut Kotler (2005:617) mendefinisikan empati sebagai syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi konsumen.

Suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Setiap kegiatan pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan lancar dan berkualitas apabila

setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati (perhatian) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan (Parasuraman, 2001:40).

Perhatian atau kepedulian karyawan yang bekerja di suatu rumah sakit sangat penting dalam memberikan suatu pelayanan yang berkualitas terhadap pasien. Hal ini perlu dilakukan karena pasien memerlukan perhatian khusus dari pada orang yang sehat. Menurut Nursodik (2010), *empathy* adalah perhatian secara individual yang diberikan perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan kebutuhan pelanggannya.

Intinya dalam setiap pelayanan yang dilakukan sangat diperlukan adanya perhatian/ kepedulian terhadap segala hal didalamnya. Ketika konsumen membutuhkan pelayanan apapun dari perusahaan maka perusahaan memberikan suatu pelayanan yang sebaik – baiknya dengan berbagai prosedur yang ada. Sedangkan konsumen yang minta dilayani juga seharusnya memahami dan mengerti dengan berbagai kondisi yang ada di perusahaan dengan tidak memaksakan kehendak yang berlebihan sehingga tercipta hubungan yang saling mengerti antara perusahaan dan konsumen. Oleh karena itu pelayanan mempunyai peranan penting dalam mewujudkan kepuasan pasien, sebab pelayanan adalah citra dari rumah sakit itu sendiri untuk menunjang rasa kepercayaan pasien terhadap rumah sakit.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. *Tangible* (wujud fisik), *Reliability* (kehandalan), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (perhatian) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien. Semakin baik *tangible*, *reliability*, *assurance* dan *empathy* maka semakin baik juga persepsi/ kepuasan pasien, sedangkan *Responsiveness* (daya tanggap) secara parsial tidak berpengaruh. Dan secara simultan atau bersama – sama variabel *Tangible* , *Reliability* , *Responsiveness* , *Assurance* , *Empathy* yang merupakan indikator dari kualitas pelayanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta. Semakin baik kualitas pelayanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*) maka kepuasan semakin baik, begitu juga sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan maka semakin rendah pula kepuasan konsumen.
2. Terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan (*Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*) terhadap kepuasan pasien rawat jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta. Hal ini terlihat dari :

- a. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi adalah sebesar 0,854. Hal ini menunjukkan keeratan hubungan yang sangat kuat antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.
- b. Hasil penelitian diperoleh R^2 sebesar 0,730 atau 73% artinya kepuasan pasien rawat jalan pada RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta dipengaruhi kualitas pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) sebesar 73%, sedangkan 27% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak ada dalam penelitian.
- c. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan F_{hitung} dari semua variabel bebas (*tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) sebesar 77,771 lebih besar dari F_{tabel} 2,27 maka Hipotesis penelitian diterima. Yang menyatakan bahwa semua kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) secara bersama – sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta.
- d. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas yang dominan atau besar mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah variabel *tangible* dengan koefisien regresinya sebesar 0,300. Hal ini perlu diperhatikan pihak manajemen rumah sakit karena persaingan rumah sakit yang semakin ketat menuntut untuk peningkatan kualitas pelayanan rumah sakit juga.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian pada RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta, maka penulis mencoba memberi saran sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi rumah sakit dan juga bagi peneliti selanjutnya, sebagai berikut :

1. Bagi RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta

- a. Disarankan pihak manajemen lebih memperbaiki dari faktor *tangible* yaitu sarana parkir rumah sakit sebaiknya diperluas, sehingga dapat memudahkan pasien yang berobat ke rumah sakit karena kesulitan mencari tempat parkir apalagi kebanyakan pasien berasal dari luar kota Yogyakarta, karena RSUP Dr. Sardjito merupakan rujukan tertinggi untuk DIY dan Jawa Tengah. Dan karena *tangible* (wujud fisik) merupakan salah satu indikator yang sangat mempengaruhi persepsi konsumen sehingga sangat penting diperhatikan oleh suatu perusahaan.
- b. Adanya perubahan dalam akses/ prosedur layanan berobat yang tidak berbelit belit dan perhatian /kepedulian petugas secara individual kepada pasien perlu diperhatikan dan ditingkatkan sehingga pasien merasa puas dengan pelayanan yang diberikan rumah sakit dan semakin meningkatkan kepercayaan terhadap rumah sakit.

2. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat mengembangkan penelitian lebih lanjut dengan menambah indikator variabel lain yang diduga dapat mempengaruhi kepuasan antara lain harga, promosi, proses, lokasi, dan lain sebagainya yang diduga juga mempengaruhi kepuasan pasien sehingga konsumen meningkatkan kepercayaan dan loyal terhadap rumah sakit.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama dan Tjandra Y.,(2002). *Manajemen Rumah Sakit*, UI Press Jakarta.
- Azwar, S.,(1998), *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar Yogyakarta.
- Azwar, S.,(1994), *Teori Motivasi*, Pustaka Pelajar Yogyakarta.
- Azwar, S.,(1996), *Pengantar Administrasi Kesehatan*, Edisi 3, PT. Binarupa Jakarta.
- Assauri, Sofjan.,(2003), Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction dalam Usahawan, No, 01 Tahun XXXIII, Januari hal 25 – 30 Jakarta
- Badan Pusat Statistik DI Yogyakarta, Jumlah Rumah Sakit menurut Kabupaten/Kota di DI Yogyakarta <<https://yogya.bps.go.id>> [diakses 13 Maret 2018].
- Chitamiputi,(2013),*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam*, Universitas Widyatama Bandung
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia.(1990). Standar Pelayanan Rumah Sakit. DepKes RI Jakarta
- Gagah P., (2010). *Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Kesehatan pada Studi Kasus Rumah Sakit Bhakti Wira Tamtama Semarang*, Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang
- Harahap, P.(2003). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Hidup, dan Lokasi Strategis Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap di RSUP Dr. Soewondo Kabupaten Kendal*. Jurnal Ekonomi Perusahaan Vol. 10, No.2.Hal 128 – 147.

- J.Joshua Selvakumar, (2015). *Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Public Sector and Private Sector Banks*, Vol. VIII, No. 1, Maret 2015 – Agustus 2015.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi millennium, PT. Prenhalindo Jakarta.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran 2*. Edisi millennium, PT. Prenhalindo Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller,.(2008). *Manajemen Pemasaran*, Jilid satu, Edisi keduabelas, cetakan ketiga, Penerbit Indeks.
- Keputusan Menteri Kesehatan Nomor :129 /MenKes/SK/II/2008 tentang Standar Pelayanan Minimal Rumah Sakit.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani,A.(2006) *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi 2. Salemba Empat Jakarta.
- Nazir,M. (2003). *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Parasuraman,A., Zeithaml, V.A.,& L.L. Berry.(1990). *Delivering Quality Service :Balancing Customer Perceptions and Expection*. New York: the Free Press.
- Parasuraman,A.,Zeithaml,V.A.& L.L. Berry (1998) SERQUAL: a multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality.*Journal of Retailing* 64 (1), 12 – 40.
- Peraturan Menteri Kesehatan RI No.1674/MENKES/PER/XIII/2005 tentang SOTK RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta.
- Pusporini, Hariyanto Ridwan, (2014). *Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Prikasih Pondok Labu Jakarta*. Fakultas Ekonomi UPN Veteran Jakarta.

- Rangkuti, Freedy.(2002). *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN- JP* Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta, Upaya Fasilitas Kesehatan dalam Peningkatan Akuntabilitas Pelayanan Kesehatan Rujukan Tingkat Lanjutan. <www.pdpersi.co.id>.[diakses 3 Januari 2018].
- Sutisna.(2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, PT. Remaja Rosdakarya Bandung.
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabeta Bandung.
- Surat Keputusan Menteri Kesehatan RI No.340/MENKES/PER/2010 tentang Rumah Sakit.
- Tjiptono,.(1997). *Strategi Pemasaran*, Andi Offset Yogyakarta.
- Tjiptono,.(2000). *Prinsip – prinsip Total Quality Service (TQS)*. Andi offset Yogyakarta.
- Tjiptono,.(2004). *Service Quality & Satisfaction*, Andi offset Yogyakarta.
- Tjiptono dan Chandra, (2005). *Pemasaran Jasa*, Bayu Media Publishing, Yogyakarta.
- Undang – Undang Republik Indonesia, No. 44 Tahun 2009 tentang Fungsi Rumah Sakit.