

**Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut
Pelayanan Rumah Sakit**
(Studi kasus di RSU Islam Harapan Anda Tegal)

SKRIPSI



Oleh

Nama : Riski Puspasari
Nomor Mahasiswa : 02311333
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2006**

**Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut
Pelayanan Rumah Sakit**
(Studi kasus di RSU Islam Harapan Anda Tegal)

SKRIPSI



Oleh

Nama : Riski Puspasari
Nomor Mahasiswa : 02311333
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2006**

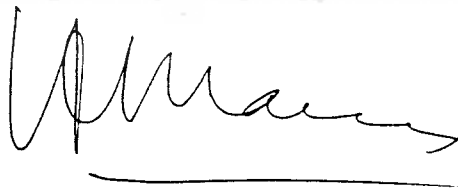
**Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut
Pelayanan Rumah Sakit**
(Studi kasus di RSU Islam Harapan Anda Tegal)

Nama : Riski Puspasari
Nomor Mahasiswa : 02311333
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta,

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Drs. Al Hasin, MBA

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut
Pelayanan Rumah Sakit**

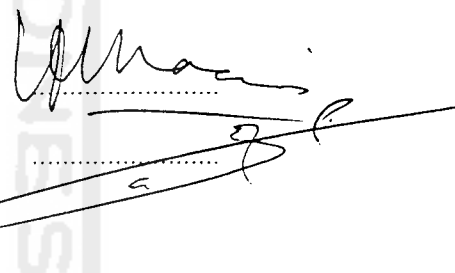
(Studi kasus di RSUD Islam Harapan Anda Tegal)

**Disusun Oleh : Riski Puspasari
Nomor Mahasiswa : 02311333**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 14 Juni 2006

Penguji/Pemb. Skripsi : Drs. Al Hasin MBA

Penguji : Drs. Albari, M.Si



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Asyraf Isbak, Drs., M.Bus., Ph.D.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain 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 dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, Juni 2006

Penulis



Riski Puspasari

MOTTO

*“ Akal dan belajar itu seperti raga dan jiwa
Tanpa raga, jiwa hanyalah udara hampa
Tanpa jiwa, raga adalah kerangka tanpa makna” (Kahlil
Gibran)*

*“ Sunnguh bersama kesukaran pasti ada kemudahan dan
bersama kesukaran pasti ada kemudahan, Karena itu, bila
selesai tugas mulailah dengan tugas yang lain dengan
sungguh-sungguh. Hanya kepada Tuhanmu hendaknya kau
berharap.*

*“ Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman dan
berilmu pengetahuan itu beberapa derajat (Al Mujadillah : 58)*



Penulis Persembahkan kepada :

Babeku dan Mama Tersayang

Kakak dan Adiku

Mas Andriku

All My Friends

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji Syukur kehadiran Allah S.W.T penguasa alam semesta dan Raja Manusia segala rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya. Tak lupa kita panjatkan sholawat dan salam kepada Nabi besar junjungan kita Muhammad S.A.W, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Pelayanan Rumah Sakit. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan program Strata-1 (S1) pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan skripsi ini dapat selesai berkat bantuan berbagai bimbingan dan dorongan serta perhatiannya. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Asmai Ishak, Drs.,M Bus., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ijin pada penulis untuk menempuh tugas akhir.
2. Bapak Drs. Al hasin, MBA selaku dosen pembimbing skripsi
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bekal dan ilmu untuk masa depan
4. Pihak RSU Islam Harapan Anda Tegal atas kesediannya membantu proses penelitian

5. Babe, Mama, Kakak dan Adiku tersayang terima kasih atas semua doa dan dukungan serta kasih sayang yang kalian berikan untukku selama ini
6. Orang yang selalu ada di setiap langkahku, Andri, terimakasih dengan segala yang kau berikan untukku
7. Sahabat-sahabatku Cici, Ira, Eka, Ivid,
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu semoga karya tulis ini dapat bermanfaat bagi jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, juga bagi kita semua serta penelitian selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 2006

Penulis

Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Pelayanan Rumah Sakit

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Pelayanan Rumah Sakit yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan kepuasan konsumen di RSUD Islam Harapan Anda terhadap kualitas pelayanan (bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan emphati) berdasarkan karakteristik responden dan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan secara umum berdasarkan karakteristik respondennya.

Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif dan metode kuantitatif. Hal ini bertujuan agar penelitian yang dihasilkan membuahkan hasil yang lebih akurat, sehingga dapat dicari solusi yang tepat. Penelitian statistik dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 11,5. populasi yang diteliti adalah konsumen yang menggunakan pelayanan di RSUD Islam Harapan Anda dengan teknik pengambilan sampel convenience sampling yaitu peneliti menseleksi anggota populasi yang paling mudah untuk diperoleh informasi. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden.

Dalam penelitian ini, dengan uji yang dilakukan dengan Kruskal Wallis Test dapat diketahui bahwa berdasarkan analisis perbedaan kepuasan konsumen terhadap lima atribut kualitas pelayanan dari RSUD Islam Harapan Anda Tegal berdasarkan karakteristik respondennya menunjukkan terdapat perbedaan kepuasan yang signifikan terhadap atribut kualitas pelayanan hanya terbukti atau mendukung sebagian. Dari penelitian ini juga dapat diketahui bahwa berdasarkan analisis perbedaan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa secara umum dari RSUD Islam Harapan Anda berdasarkan karakteristik respondennya menunjukkan tidak terdapat perbedaan kepuasan yang signifikan.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan Skripsi.....	i
Halaman Pengesahan Skripsi.....	ii
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	iii
Halaman pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iv
Abstrak.....	v
Motto.....	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	x
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Penelitian.....	7
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1. Pemasaran.....	11

2.2.2. Manajemen Pemasaran.....	12
2.2.3. Konsep Pemasaran.....	13
2.2.4. Jasa.....	14
2.2.5. Kualitas Pelayanan.....	16
2.2.6. Harapan Pelanggan dan Jasa.....	20
2.2.7. Konsep Kepuasan Konsumen.....	20
2.2.8. Perilaku Konsumen.....	22
2.2.9. Karakteristik Konsumen.....	23
2.3 Hipotesis.....	24
2.4 Kerangka Pemikiran.....	24
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Lokasi Penelitian.....	26
3.2 Sejarah singkat Perusahaan.....	26
3.3 Variabel Penelitian.....	38
3.4 Definisi Operasional.....	39
3.4.1 Kualitas Pelayanan.....	39
3.4.1 Karakteristik Konsumen.....	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	43
3.6.1. Uji Validitas.....	43
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.7 Populasi dan Sampel.....	45

3.8 Metode Analisis Data.....	47
3.8.1. Analisis Deskriptif.....	47
3.8.2. Analisis Kuantitatif.....	47
Kruskal Wallis.....	47

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskriptif.....	49
4.1.1 Karakteristik Responden.....	50
4.1.2. Data Penelitian.....	53
4.3. Pengujian Instrumen Penelitian.....	57
4.2.1. Pengujian Validitas.....	57
4.2.2. Pengujian Reliabilitas.....	58
4.3. Pengujian Hipotesis.....	59
4.5. Pembahasan Hasil Analisis.....	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Saran.....	70

Daftar Pustaka

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
4.5. Distribusi Jawaban Responden.....	53
4.6. Hasil Pengujian Validitas.....	58
4.7. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	59
4.8. Hasil Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Karakteristik Konsumen.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.4. Kerangka Pemikiran.....	24
3.2. Struktur Organisasi.....	29



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Surat Keterangan Penelitian di RSU Islam Harapan Anda
- Lampiran II Kuesioner Responden
- Lampiran III Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran IV Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran V Hasil Kruskal-Wallis



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pergerakan dunia bisnis dan teknologi global merupakan arus laju yang bisa jadi tidak dapat dihindari lagi, persaingan kompetitif dan perluasan daya guna ilmu pengetahuan, memungkinkan segalanya memiliki jangkauan bisnis yang lebih menggurita seiring penambahan kebutuhan hidup masyarakat atau konsumen tidak terbatas pada kebutuhan primer semata.

Di era globalisasi untuk saat ini, perkembangan dunia bisnis pun merangkak mengikuti arus kemajuan yang pesat. Perubahan-perubahan terjadi hampir seluruh sektor yang terlibat di dalamnya. Hal ini menjadikan produsen untuk cepat tanggap dalam perkembangan melakukan strategi pemasaran agar dapat diterima oleh konsumen. Dapat dilihat betapa pentingnya pemasaran dalam dunia bisnis.

Pemasaran merupakan bagian dari kegiatan pemasaran yang mempunyai peran penting bagi perusahaan. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan laba, untuk berkembang, dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Salah satu faktor yang memegang peranan penting dalam perusahaan adalah konsumen. Konsumen adalah orang yang melakukan pembelian atas suatu produk atau jasa yang dihasilkan. Tanpa didukung dengan adanya konsumen perusahaan tidak akan dapat berkembang. Oleh

karena itu, kepuasan konsumen mempunyai syarat mutlak yang harus dipegang perusahaan. Konsumen dapat dikatakan puas bila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal/sempurna. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk dan dapat dikatakan konsumen tidak merasa puas.

Tujuan penting perusahaan dalam menghasilkan barang atau jasa yang berkualitas adalah tercapainya kepuasan konsumen yang ditandai dengan berkurangnya keluhan dari para pelanggan sehingga kinerja perusahaan meningkat.

Betapa pentingnya usaha pemenuhan dan keinginan konsumen dalam mencapai kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan tingkat kepuasan konsumen yang dirasakan masing-masing konsumen berbeda satu sama lain.

Dalam berkembangnya pembangunan Kota Tegal, selain terdapat Rumah Sakit Umum mulai juga bermunculan Rumah Sakit Swasta. Salah satunya adalah Rumah Sakit Umum Islam Harapan Anda. Dengan adanya Rumah Sakit swasta ini, akan muncul persaingan antara rumah sakit umum dan rumah sakit swasta.

Dengan situasi seperti ini, satu hal penting dapat memenangkan persaingan yang ada. Di satu sisi, konsumen semakin kritis dalam memilih

produk atau jasa yang ditawarkan di pasaran. Di sisi lain, banyaknya produk dan jasa pada satu bidang membuat konsumen semakin banyak alternatif pilihan dalam menentukan kebutuhan apa yang diinginkan konsumen. Oleh karena itu, tiap rumah sakit dalam kegiatan pemasarannya dapat berhasil dituntut terlebih dahulu agar dapat menyesuaikan situasi dan kondisi rumah sakit itu sendiri dengan lingkungan dan langkah berikutnya mengutamakan kepuasan konsumen secara optimal apalagi produk yang ditawarkan berupa jasa bukan produk.

Badan usaha yang bergerak di bidang jasa seperti rumah sakit, kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen dirasakan sangat penting. Rumah sakit mempunyai satu fungsi yaitu menciptakan suatu kondisi pelayanan yang baik untuk dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.

Banyaknya pelayanan rumah sakit yang memberikan bidang usaha yang sama membuat rumah sakit berupaya keras untuk menemukan solusi untuk membuat konsumen tetap memilih jasa yang dihasilkan dalam rangka pemenuhan kebutuhannya. Sehingga diharapkan konsumen merasa yang menyebutkan bahwa pada umumnya tujuan perusahaan adalah mendapatkan keuntungan melalui pemasaran produk yang dihasilkannya, dan juga menentukan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberi kepuasan lebih efisien daripada yang diberikan oleh pesaing.

William J Stanton mendefinisikan konsep pemasaran sebagai berikut:

Konsep pemasaran adalah suatu falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Sedangkan Philip Kotler mengungkapkan lebih merujuk pada konsep pemasaran bersifat kemasyarakatan yaitu :

Konsep pemasaran bersifat kemasyarakatan dan memegang asumsi bahwa tugas organisasi adalah menentukam kebutuhan, keinginan dan minat dari pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan dengan cara efektif dan lebih efisien dari pada pesaing sedemikian hingga dapat menjamin atau mendorong kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

Tiap rumah sakit perlu mencermati dan menganalisa semua kelebihan-kelebihan dan kekurangan yang dimiliki rumah sakit tersebut. Kelebihan-kelebihan yang dimiliki rumah sakit tersebut harus terus dipertahankan dan juga perlu diadakan perkembangannya, sedangkan kekurangannya terus diupayakan dengan melakukan perbaikan-perbaikan. Berbagai cara terus diupayakan melakukan perbaikan-perbaikan. Berbagai cara ditempuh untuk dapat bersaing dengan rumah sakit lain. Upaya dalam memenangkan persaingan adalah dengan melakukan inovasi berkelanjutan diantaranya dengan adanya produk baru, dan juga meningkatkan kualitas pelayanan konsumen lebih baik dari pelayanan yang sudah ada. Selain itu, rumah sakit perlu secara khusus mendalami kelebihan dan kekurangan yang dimiliki pesaing dan memerlukan strategi-strategi baru untuk bersaing.

Untuk bersaing dengan rumah sakit lain, penting bagi rumah sakit untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan persepsi

konsumen, agar konsumen tidak berpindah menggunakan jasa rumah sakit lain, seperti dari segi ketrampilan dan pengetahuan karyawan dalam melayani konsumen, mendengar permasalahan dan kebutuhan konsumen, perhatian khusus dari karyawan pada konsumen dirasa masih kurang memuaskan, keramahan yang di tunjukkan karyawan. Hal ini sesuai yang dirumuskan Goetas dan Davis(1994) bahwa kualitas pelayanan merupakan satu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses lingkungan memenuhi harapan.

Keberhasilan dan kemajuan rumah sakit dimulai dari kualitas yang diberikan pada pasiennya. Pemilihan fasilitas baik bersifat tangible atau intangible menjadi prioritas utama dalam pemilihan suatu rumah sakit.

Perusahaan jasa sebagai satu sistem terdiri dari operasi jasa dan penyajian data. Unsur pelayanan dan fasilitas merupakan kunci keberhasilan perusahaan jasa, karena terkadang pihak konsumen lebih terkesan pada pelayanan yang menyertai penyajian suatu jasa dibanding jasa itu sendiri.

Sejak awal konsumen datang ke rumah sakit mempunyai tujuan untuk mendapatkan pelayanan jasa kesehatan pada salah satu rumah sakit yang ia pilih dengan harapan dapat memberikan pelayanan yang memuaskan. Oleh karena itu pihak rumah sakit harus mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen serta menambah atau memperbaiki atribut yang dimiliki agar menciptakan kepuasan bagi konsumen. Rumah sakit mewujudkan pelayanan kesehatan yang menyeluruh, bermutu, bertanggung jawab. Rumah sakit memberikan pelayanan yang prima, berkualitas sesuai

standar dan terjamin tanpa membedakan tingkatan masyarakat. Artinya, pihak manajemen rumah sakit dituntut untuk bisa memberikan kepuasan secara adil kepada seluruh konsumennya tanpa melihat latar belakang demografi, geografi ataupun sosiologi dari pasien.

Melihat perkembangan yang terjadi, dan dari uraian diatas merupakan satu hal yang menarik untuk diadakan satu pengukuran kualitas pelayanan jasa dalam hubungannya dengan kepuasan konsumen. Untuk itu, peneliti tertarik untuk meneliti "**ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PELAYANAN RUMAH SAKIT** (*Studi kasus di RSUD Islam Harapan Anda*)".

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat perbedaan kepuasan konsumen di RSUD Islam Harapan Anda terhadap kualitas pelayanan (bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati) berdasarkan profil responden?
2. Apakah terdapat perbedaan kepuasan konsumen di RSUD Islam Harapan Anda terhadap kualitas pelayanan secara umum berdasarkan profil responden?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menetapkan perbedaan kepuasan konsumen di RSUD Islam Harapan Anda terhadap kualitas pelayanan (bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati) berdasarkan profil responden.

2. Untuk menetapkan perbedaan kepuasan konsumen di RSU Islam Harapan Anda terhadap kualitas pelayanan secara umum berdasarkan profil responden?

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Bagi peneliti

Merupakan tambahan pengetahuan dan wawasan penulis serta mempraktekkan teori yang di dapat selama kuliah di Universitas Islam Indonesia.

1.4.2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bagi pihak manajemen dalam perusahaan di dalam merumuskan kebijaksanaan-kebijaksanaan strategi pemasarannya mendatang untuk mempertahankan para pelanggannya.

1.4.3. Bagi pihak lain

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain.

1.5. Batasan Masalah

Penggunaan batasan masalah dimaksudkan untuk mempermudah analisa selanjutnya. Karena begitu luasnya dan banyaknya masalah yang bisa menjadi objek penelitian, dengan segala keterbatasan waktu, biaya, dan

kemampuan penulis, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian, yaitu dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Responden adalah konsumen/pasien yang menggunakan pelayanan di RSUD Islam Harapan Anda. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.
2. Ada lima indikator kepuasan konsumen menurut Parasuraman, yaitu :
 - a. Bukti langsung (*Tangibles*) : Penampilan dari fisik meliputi peralatan, perlengkapan ruang, interior bangunan, penampilan karyawan, serta hal lain yang diamati konsumen dengan mudah.
 - b. Daya tanggap (*Responsiveness*) : Kemampuan untuk membantu dan melayani konsumen secara cepat dan tanggap terhadap kebutuhan konsumen serta kesungguhan karyawan untuk membantu.
 - c. Perhatian (*Emphaty*): Pemberian pengertian dan perhatian khusus pada seorang konsumen secara individual bersifat pribadi.
 - d. Keandalan (*Reability*) : Kemampuan untuk menepati janji pelayanan secara tepat dan akurat. Aspek ini meliputi ketrampilan dan kecakapan dalam menjual dan melayani konsumen dengan memberikan kemudahan kerjasama dan ketekunan serta akurasi ketekunan.
 - e. Jaminan (*Assurance*) : kemampuan dan pengetahuan karyawan dalam melayani kebutuhan konsumen. Kemampuan ini erat kaitannya dengan penciptaan jaminan kepercayaan terhadap

kemampuan perusahaan berupa rasa aman, keramahan, jaminan produk yang ditawarkan.

3. Lokasi penelitian hanya di lingkungan RSU Islam Harapan Anda yang beralamat di Jl. Ababil No 42 Kota Tegal.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan skripsi dan hasil analisis data yang dilakukan oleh Martania Cahyasari dengan judul “Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Rumah Makan Ayam Goreng Suharti Yogyakarta”. Penelitian dilakukan di Rumah Makan Ayam Goreng Suharti, Cabang Jl. Adi Sucipto, Yogyakarta. Hasil penelitian tersebut adalah tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut pemuas jasa Rumah Makan Ayam Goreng Suharti Yogyakarta menunjukkan bahwa konsumen merasa puas. Variabel penelitian yang digunakan berupa kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Hal ini ditunjukkan dengan rasio kesesuaian yang dicapai lebih dari 100%. Faktor-faktor yang dinilai mempengaruhi kepuasan konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Suharti Yogyakarta yang kinerjanya perlu dipertahankan oleh perusahaan, (kuadran B) adalah *tangible*, *responsiveness*, dan *assurance*. Ditunjukkan dengan rata-rata kinerja dan kepentingan faktor *tangible* dan *responsiveness*. Selain itu, faktor-faktor yang dinilai mempengaruhi kepuasan konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Suharti Yogyakarta yang belum perlu dilakukan perbaikan oleh perusahaan (kuadran C) adalah *Reability* dan *Emphaty*. Ditunjukkan dengan rata-rata kinerja dan kepentingan faktor lebih kecil dari rata-rata kinerja dan kepentingan Rumah

Makan Ayam Goreng Suharti Yogyakarta secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, menggunakan pendekatan analisis deskriptif dan kuantitatif dengan metode *importance-performance analysis*. Dalam penelitian ini menggunakan metode rasio tingkat kesesuaian, dimana untuk menentukan posisi faktor-faktor Rumah Makan Ayam Suharti Yogyakarta dilakukan perhitungan rata-rata penilaian kerja dan rata-rata penilaian kepentingan dari masing-masing atribut pemuas untuk menentukan penilaian rata-rata kinerja dan kepentingan secara keseluruhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut pemuas jasa yang dirasakan konsumen setelah menerima pelayanan jasa dari Rumah Makan Ayam Suharti. Penelitian ini menggunakan teknik quota sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang.

Pada penelitian yang akan penulis lakukan menggunakan objek penelitian adalah kualitas pelayanan jasa dari sebuah Rumah Sakit di Tegal dengan menggunakan metode Kruskal-Wallis, teknik pengambilan sampel dengan *convenience sampling*, bahwa terlihat jelas perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan saya lakukan.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Pemasaran

Pemasaran merupakan satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, untuk mendapatkan laba dan untuk mendapatkan nilai dari usahanya. Hal ini

disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Karena inilah kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar pemasaran.

Kotler mendefinisikan pemasaran “proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptakan, dan pertukaran produk dan nilai (Kotler, 1997, hlm.4).

Pada dasarnya pemasaran dapat diartikan kegiatan meneliti kebutuhan atau keinginan konsumen, memproduksi barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen, menentukan tingkat harga, mempromosikan agar produk dapat dikenal konsumen dan mendistribusikan produk ke tempat konsumen.

Definisi paling luas dapat menerangkan secara jelas arti pentingnya pemasaran dikemukakan oleh William J Stanton sebagai berikut :

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik pada pembeli yang ada maupun potensial (Swasta, B dan Irawan, 1985).

2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran

Tugas manajer pemasaran adalah memilih dan melaksanakan kegiatan pemasaran yang dapat membantu dalam pencapaian tujuan perusahaan serta dalam menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan. Kegiatan pemasaran ini haruslah dikoordinasikan dan dikelola dengan cara yang baik, maka dikenalilah istilah manajemen pemasaran.

Adapun definisi manajemen pemasaran yang dikemukakan oleh Philip Kotler adalah sebagai berikut :

“analisis, perencanaan, penerapan, dan pengawasan program-program yang telah dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran dan hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi”.

Hal ini sangat bergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga mengadakan komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong, serta melayani pasar.

2.2.3. Konsep Pemasaran

Perusahaan yang mulai mengenal bahwa pemasaran merupakan faktor penting dalam mencapai kesuksesan usahanya, akan mengetahui adanya cara dan falsafah baru yang terlihat di dalamnya. Cara dan falsafah baru disebut konsep pemasaran. Sebagai falsafah bisnis, konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen, atau berorientasi konsumen.

Konsep pemasaran mengajarkan bahwa kegiatan pemasaran suatu perusahaan harus dimulai dengan suatu usaha mengenal dan merumuskan keinginan dan kebutuhan dari konsumennya. Kemudian perusahaan itu merumuskan dan menyusun suatu kombinasi dan kebijaksanaan produk, harga, promosi, dan distribusi setepat-tepatnya agar kebutuhan konsumennya dapat dipenuhi secara memuaskan.

Jadi, definitif dapat dikatakan bahwa :

Konsep Pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. (Basu Swastha dan Irawan, 1985)

Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Seluruh kegiatan dalam perusahaan yang menganut konsep pemasaran harus diarahkan untuk memenuhi tujuan tersebut.

Sekarang Konsep Pemasaran sudah mengalami perkembangan bersamaan dengan majunya masyarakat dan teknologi. Kalau perusahaan ingin berhasil atau bahkan dapat hidup terus, ia harus dapat menanggapi cara-cara dalam masyarakat. Faktor-faktor ekstern seperti ekologi, politik, hukum, ekonomi, dan sebagainya dapat mempengaruhi program pemasaran perusahaan.

2.2.4 Pengertian Jasa

Sejumlah ahli tentang jasa berupaya untuk mendefinisikan jasa yang konklusif, namun hingga sekarang belum ada satupun definisi yang diterima secara bulat. Berbagai macam definisi tentang jasa tersebut dapat dilihat dalam rumusan dibawah ini :

1. Gronroos (1990) merumuskan jasa sebagai berikut :

“suatu fenomena yang rumit, pelayanan yang diberikan oleh manusia, baik yang dapat dilihat (*explicit service*) maupun yang tidak dapat dilihat, yang hanya bisa dirasakan (*implicit service*) sampai kepada fasilitas-fasilitas pendukung yang harus tersedia dalam penjualan jasa dan benda-benda lainnya”.

2. Prof. Dr. Farida Jasfar, M.E mendefinisikan :

“Jasa sebagai tindakan atau aktivitas dan bukan benda, yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik)”..

Walau demikian, wujud jasa bisa mencakup laporan akhir yang *tangible* untuk melakukan training karyawan. Jasa seorang dokter misalnya meliputi terima telpon dari calon pasien, pertemuan dengan pasien, kemudian atasi problem pasien, lalu menulis analisisnya dalam sebuah laporan. Semua yang dilakukan dokter merupakan satu deeds, proses, dan unjuk kerja.

3. R.G. Mudrick, dkk (1990,4) mendefinisikan jasa dari sisi penjualan atau digunakan selama selang waktu tertentu.

Jasa dan *tangible* (seperti kenyamanan, hiburan, kecepatan, kesenangan, dan kesehatan) dan *perishable* (jasa tidak mungkin diumpun sebagai persediaan siap jual atau dikonsumsi pada saat diperlukan). Jasa diciptakan dan dikonsumsi secara simultan

Menurut Prof. Dr. Farida Jasfar ada beberapa karakteristik jasa yaitu :

1. Sifat jasa yang tidak dapat dilihat (*intangibility*)

Jasa bersifat *intangibility*, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli, sehingga tidak mengurangi kepastian, para pelanggan memperhatikan tanda-tanda atau bukti kualitas jasa tersebut.

2. Sifat jasa yang tidak dapat dirasakan (*Inseparability*)

Jasa pada umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi bersamaan.

3. Sifat jasa yang mudah rusak atau tidak tahan lama (*perishability*)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan

4. Sifat jasa yang berbeda-beda (*variability*)

Jasa bersifat sangat berbeda karena umumnya banyak variasi kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan di mana jasa tersebut dihasilkan.

2.2.5 Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas berpusat pada pelanggan. Pelanggan memiliki kebutuhan dan pengharapan tertentu. Bisa dikatakan bahwa penjual tertentu berkualitas bila produk pelayanannya melebihi harapan pelanggan.

Goetsch Davis, 1994 membuat definisi kualitas yang lebih luas cakupannya yaitu

"kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan".

Goetsch Davis menegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses dan kualitas lingkungan.

David Garvin, 1994 mengidentifikasi lima pendekatan perspektif kualitas yang dapat digunakan oleh para praktisi bisnis, yaitu :

1. *Transcendental Approach*

Kualitas dalam pendekatan ini adalah sesuatu yang dapat dirasakan, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan maupun diukur.

2. *Product-based Approach*

Kualitas dalam pendekatan ini adalah suatu karakteristik atau atribut yang dapat diukur. Perbedaan kualitas mencerminkan adanya perbedaan atribut yang dimiliki produk secara objektif.

3. *User-based Approach*

Kualitas dalam pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang atau cocok dengan selera (*fitnes for used*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

4. *Manufacturing-based Approach*

Kualitas dalam pendekatan ini adalah bersifat *supply based* atau dari sudut pandang produsen yang mendefinisikan kualitas sebagai sesuatu yang sesuai dengan persyaratannya (*conformance quality*) dan prosedur.

5. *Value-based Approach*

Kualitas dalam pendekatan ini adalah memandang kualitas dari segi nilai dan harga.

Meskipun sulit mendefinisikan kualitas dengan tepat dan tidak ada definisi kualitas yang dapat diterima secara universal, dari perspektif David Garvin tersebut dapat bermanfaat dalam mengatasi konflik-konflik yang sering muncul diantara para manajer dalam departemen fungsional yang berbeda .

Berdasarkan perspektif kualitas, David Garvin mengembangkan dimensi kualitas ke dalam delapan dimensi yang dapat digunakan sebagai

dasar perencanaan strategis terutama bagi perusahaan atau manufaktur yang menghasilkan barang. Kedelapan dimensi tersebut adalah sebagai berikut :

1. *Performance* (kinerja), yaitu karakteristik pokok dari produk inti
2. *Features*, yaitu karakteristik pelengkap atau tambahan
3. *Reliability* (keandalan), yaitu kemungkinan tingkat kegagalan pemakaian
4. *Conformance* (kesesuaian), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya
5. *Durability* (daya tahan), yaitu berapa lama produk dapat terus digunakan
6. *Estetika*, yaitu menyangkut corak, rasa dan daya tarik produk
7. *Perceived*, yaitu menyangkut citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya
8. *Serviceability*, yaitu meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan dan pemeliharaan dan penanganan keluhan yang memuaskan

Menurut beberapa pakar seperti Parasuraman, Zeithmi dan Berry yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi 10 faktor utama yang menentukan kualitas jasa, yang meliputi : (Parasuraman, et al, 1985)

1. *Reliability*, mencakup dua hal yaitu konsistensi kerja *performance* dan kemampuan untuk dipercaya.
2. *Responsiveness* adalah kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberi jasa yang dibolehkan pelanggan.

3. *Competence* adalah tiap orang dalam perusahaan memiliki ketrampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
4. *Accept* adalah kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, dll.
5. *Courtesy* adalah sopan santun, respek, perhatian, keramahtamahan yang dimiliki contact personal.
6. *Communication* adalah memberi informasi pada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
7. *Kredibility* adalah sifat jujur dan dipercaya. Mencakup nama perusahaan, reputasi, karakter pribadi.
8. *Security* adalah aman dari bahaya, resiko. Meliputi keamanan secara fisik dan keamanan finansial dan kerahasiaan.
9. *Understanding* adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
10. *Tangibles* adalah bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, representatif fisik dari jasa.

Dimensi kualitas yang dikemukakan oleh David Garvin adalah sangat tepat digunakan untuk mengukur kualitas produk. Sedangkan dimensi kualitas yang dikemukakan oleh Zeithml, Berry, dan Parasuraman adalah sangat tepat digunakan untuk mengukur kualitas jasa pelayanan. Pengukuran kualitas produk dan jasa pelayanan, yang dasarnya hampir sama dengan pengukuran kepuasan pelanggan, yaitu ditentukan oleh variabel

harapan konsumen dan kinerja yang dirasakan. Dimensi kualitas juga berpengaruh pada harapan pelanggan dan kenyataan yang mereka terima. Jika kenyataannya pelanggan menerima produk dan pelayanan melebihi harapannya, maka pelanggan akan mengatakan produk dan pelayanannya berkualitas dan jika kenyataannya pelanggan menerima produk dan pelayanan kurang atau sama dari harapannya, maka pelanggan akan mengatakan produk dan pelayanannya tidak berkualitas atau tidak memuaskan.

2.2.6 Pengertian harapan pelanggan dan kerja

Harapan pelanggan diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasi, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai acuan. Dengan demikian, harapanlah yang melatarbelakangi ada 2 arah pada industri yang sama dapat dinilai berbeda pula oleh pelanggannya.

Dalam mengukur kepuasan konsumen harapan terhadap jasa kinerja dapat dievaluasi dari 5 dimensi pokok yang berkaitan dengan kinerja jasa. Meliputi : bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati.

2.2.7. Konsep kepuasan konsumen

Ciri konsumen yang puas adalah konsumen yang terus melakukan pembelian, mengiklankan produk yang ia beli. Kepuasan konsumen adalah

inti pencapaian laba jangka panjang bagi perusahaan, nantinya kepuasan konsumen diharapkan mencapai kesetiaan, loyalitas dan konsumen pada perusahaan untuk menciptakan kepuasan konsumen perusahaan dapat memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan..

Kotler (1994) mendefinisikan kepuasan sebagai :

Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Tse dan Wilton (1988) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah

respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan, antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Engels (1990) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai

evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak dapat memenuhi pelanggan.

Untuk memuaskan konsumen, perlu dipahami apa yang penting bagi mereka dan berusaha paling tidak memenuhi harapan-harapan mendasar mereka. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Diantaranya pelayanan dengan nilai tambah, tampilan produk atau jasa, dan aspek-aspek tertentu dari bisnis yang bersangkutan. Jika harapan-harapan pelanggan terpenuhi, pada umumnya konsumen merasa puas. Jika melampaui dari yang diharapkan, pelanggan akan mengekspresikan kepuasan pada tingkat tinggi.

Salah satu faktor/dimensi agar konsumen tetap loyal adalah harus adanya kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan yang diberikan perusahaan. Jika pelanggan merasa puas terhadap kinerja bauran pemasaran

produk/jasa, maka para konsumen akan melakukan pembelian ulang, bahkan lebih jauh lagi mereka akan melakukan promosi dari mulut kemulut kepada rekan, saudara atau kenalan terdekatnya agar menggunakan produk/jasa yang sama. Salah satu yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah dengan mengukur kualitas barang/jasa yang ditawarkannya sehingga konsumen akan merasa puas.

Penerapan pelayanan yang tepat memerlukan pengetahuan mengenai beberapa perbedaan persepsi dan tanggapan konsumen, kriteria pelayanan yang diberikan. Pelanggan akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan pada konsumen sesuai dengan harapan atau melebihi harapan konsumen/pelanggan. Kesesuaian dengan harapan atau melebihi harapan inilah yang disebut kualitas, dalam hal ini kualitas pelayanan.

2.2.8. Perilaku konsumen

Adapun definisi perilaku konsumen menurut James F. Engel, Roger D Blackwell, dan Paul W. Miniard.

“Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.” Engel, J.F.R.D. Blackwell, dan P.W. Miniard. (terj.) (1994).

Sifat studi perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis, karena faktor-faktor perilaku konsumen selalu berubah maka hasil studi tidak bisa digeneralisasikan untuk kasus lain. Studi perilaku konsumen umumnya

dibatasi pada individu tertentu, kelompok tertentu, produk tertentu dan industri tertentu.

Definisi perilaku konsumen J. Paul Petter dan Jerry C. Oslo (1996) adalah

Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar kita dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka.

2.2.9. Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen adalah sifat – sifat yang membedakan konsumen yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan tersebut dapat menyebabkan perilaku konsumen satu dengan yang lain tidak sama. Dalam mengelompokkan karakteristik konsumen didasarkan pada faktor demografi yang meliputi gender, usia, pekerjaan dan income / pendapatan.

1. Gender / jenis kelamin

Gender menyebabkan adanya beda peran antara pria dan wanita

2. Usia

Kelompok usia yang satu dengan yang lainnya sering memiliki nilai dan perilaku yang berbeda. Sedangkan terlepas dari kecenderungan modern untuk melibatkan perbedaan antara laki – laki dan perempuan, banyak didapati bukti bahwa laki – laki dan perempuan memiliki perbedaan dalam hal yang penting bukan hanya sekedar fisik.

3. Pendapatan

Pemilihan dan kepuasan seseorang dipengaruhi oleh keadaan ekonominya. Semakin besar tingkat pendapatan maka kebutuhan yang ingin dipenuhi semakin besar.

4. Pekerjaan

Pekerjaan serta tingkat penghasilan yang dimiliki seseorang cenderung memiliki tata nilai, perilaku, serta gaya hidup yang berbeda, namun biasanya penghasilan digunakan untuk mensegmentasikan lebih lanjut dan didasarkan pada karakteristik - karakteristik lainnya.

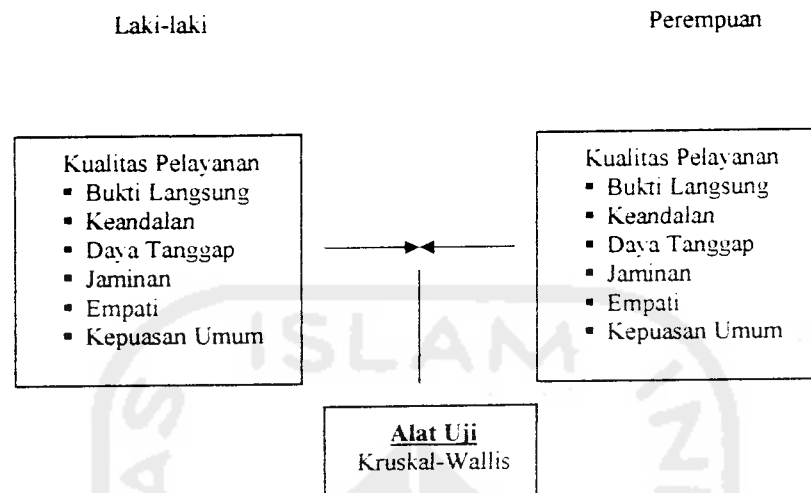
2.3. HIPOTESIS

1. Terdapat perbedaan kepuasan konsumen di RSUD Islam Harapan Anda terhadap atribut kualitas pelayanan yang terdiri dari: Bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati berdasarkan karakteristik responden.
2. Terdapat perbedaan kepuasan konsumen di RSUD Islam Harapan Anda terhadap kualitas pelayanan secara umum berdasarkan karakteristik responden.

2.4. Kerangka Pemikiran

Sebagai contoh adalah kerangka pemikiran pada pengujian profil responden berdasarkan jenis kelamin.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Berdasarkan kerangka diatas, dapat dilihat untuk membuktikan kemungkinan ada tidaknya perbedaan kepuasan konsumen berdasarkan kategorisasi profil demografi responden. Sebagai contoh table diatas digunakan untuk membuktikan ada tidaknya perbedaan kepuasan konsumen berdasarkan jenis kelamin

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Rumah Sakit Umum Islam Harapan Anda di Tegal. Perusahaan ini terletak di Jalan Ababil No.42 kota Tegal.

3.2. Sejarah singkat berdirinya Rumah Sakit Umum Islam Harapan Anda

Ditinjau dari segi geografis, Kotamadia Tegal adalah kota yang subur dan dikenal juga sebagai daerah nelayan, karena kota tersebut terletak di pesisir pantai utara. Kota Tegal termasuk kota yang tertata rapi dan bersih walaupun kotanya tidak terlalu besar, tetapi penduduknya cukup padat. Dengan padatnya penduduk, secara otomatis akan berdampak pula terhadap kesehatan dari warga masyarakat.

RSU Islam “Harapan Anda” Kota Tegal didirikan pada tahun 1990 dan diresmikan oleh Menteri Kesehatan RI dr. Adhiyatma MPH pada tanggal 9 Desember 1991. Lokasi RSU Islam “Harapan Anda” Kota Tegal di Jalan Ababil No.42 Tegal yang dimiliki oleh Yayasan Harapan Anda dengan status rumah sakit adalah Rumah Sakit Swasta dengan tipe madya (C).

RSU Islam Harapan Anda Kota Tegal mendapatkan surat izin operasional yang pertama pada tanggal 2 Februari 1994 dengan SK Menteri Kesehatan RI No.. YM. 02. 04. 3. 5. 00757 dan berlaku terhitung mulai

tanggal 10 Februari sampai dengan 10 Februari 2004 dan pembaruan ijin operasional yang kedua dengan No. YM. 02. 04. 2. 2. 381 berlaku terhitung mulai 10 Februari 2004. untuk ijin perpanjangan operasional yang sekarang masih dalam proses.

Meskipun tergolong masih muda usianya, tetapi rumah sakit ini mampu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pasiennya dengan harga yang dapat dijangkau semua lapisan masyarakat.

Dasar Falsafah, Misi, Visi RSUD Islam Harapan Anda

Dasar Falsafah

- a. Berniat menunaikan dakwah melalui penyelenggaraan rumah sakit dan pengelolaan layanan kesehatan yang berciri islami dengan mendasarkan diri pada Ideologi Pancasila, amanat Al-Quran tentang hakikat ibadah dan tugas insan sebagai khalifah yang senantiasa berikhtiar demi kesejahteraan sesama umat.
- b. Senantiasa berupaya meningkatkan pelayanan dan pengelolaannya, mengembangkan profesionalisme, mendayagunakan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan norma dan tata cara yang sesuai dengan kaidah Islam sebagaimana diisyaratkan oleh Al-Quran dan Sunnah Rasul.
- c. Menyelenggarakan pelayanan kesehatan yang meliputi upaya-upaya peningkatan kesehatan, pencegahan penyakit, penyembuhan dan rehabilitasi.

Misi

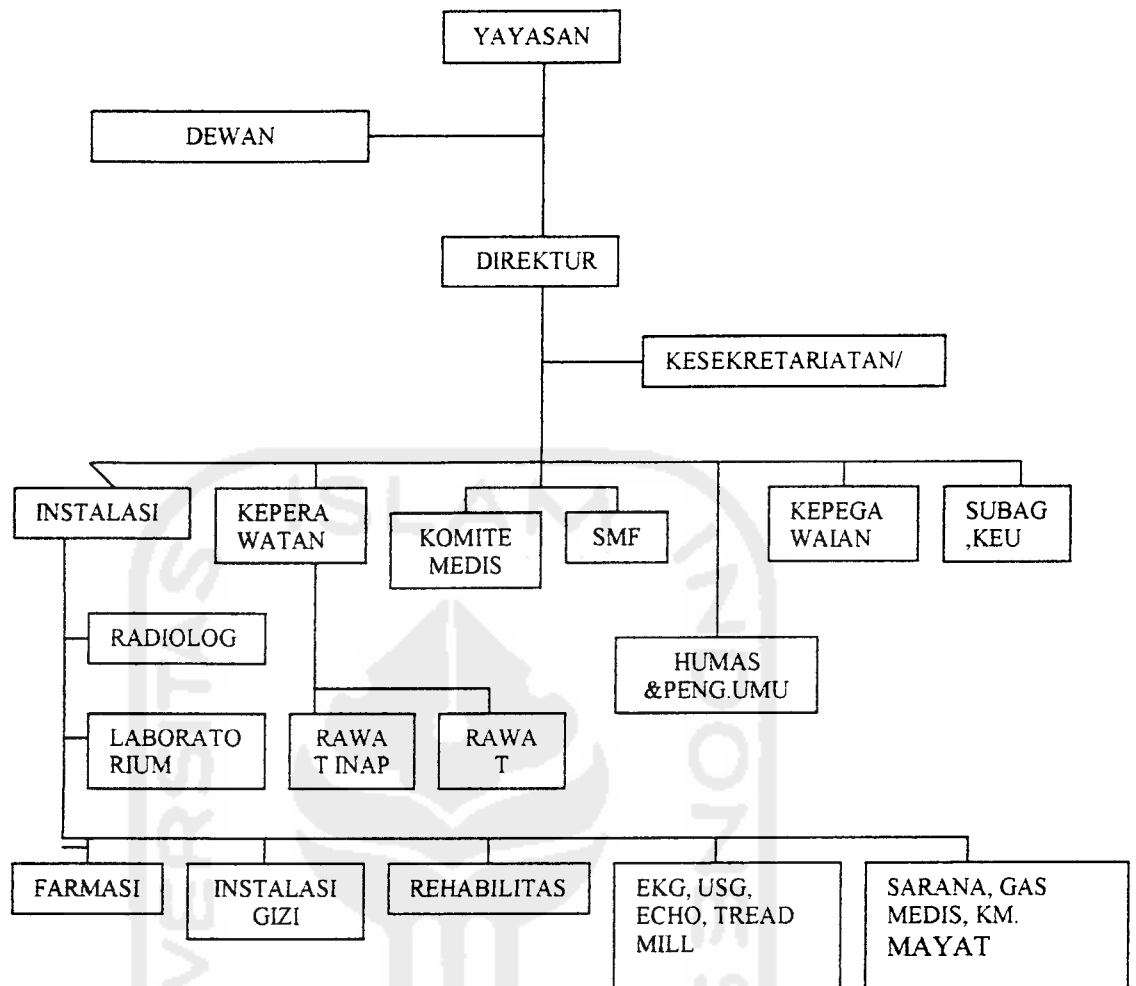
Menunaikan dakwah Islamiyah demi tegaknya syiar Islam melalui pelayanan kesehatan di Rumah Sakit untuk meningkatkan mutu sumber daya manusia dan ketakwaan pada Allah SWT.

Visi

Menjadikan RSU Islam Harapan anda sebagai media dakwah dengan memberikan pelayanan kesehatan yang maksimal dan menjadikan RSU Islam Harapan Anda sebagai rumah sakit terbaik dengan peralatan kedokteran yang sesuai dengan perkembangan ilmu kedokteran untuk mewujudkan derajat kesehatan yang optimal.



Struktur Organisasi



Uraian Tugas

Pembagian tugas yang ada di RSU Islam Harapan Anda adalah :

1. PEMILIK RUMAH SAKIT

Tugas pokok : Menetapkan Misi, Falsafah dan Tujuan Rumah Sakit

Peran : Sebagai pemilik Rumah Sakit.

2. DEWAN PENYANTUN (BADAN PEMBINA)

Tugas pokok : Menetapkan strategi penjabaran Misi, falsafah dan tujuan rumah sakit.

Peran : Mewakili pemilik/badan hukum

3. DIREKTUR RUMAH SAKIT

Tugas pokok :- Melaksanakan upaya kesehatan secara berdaya guna dan berhasil guna dengan mengutamakan penyembuhan dan pemulihan yang dilaksanakan secara serasi dan terpadu dengan upaya peningkatan dan pencegahan serta melaksanakan upaya rujukan.

- Melaksanakan fungsi-fungsi manajemen rumah sakit secara terpadu, efisien, efektif dan kreatif.

Peran : Administrasi atau pimpinan rumah sakit

4. INSTALASI

A. RADIOLOGI

Tugas pokok : - Bertanggung jawab kepada direktur

- Mengatur tenaga yang bekerja di bagian radiologi pada tugasnya masing-masing
- Meminta dipenuhi tenaga, alat-alat, bahan chemical sesuai dengan kebutuhan.
- Memimpin dalam pelaksanaan pelayanan radiologi secara tepat, cepat, dan akurat.
- Membuat DPS staff untuk staff
- Memimpin dalam peningkatan mutu pelayanan dan profesionalisme.
- Mengkoordinasi dengan instalasi lain yang terkait.

B. LABORATORIUM

- Tugas pokok : - Bertanggung jawab kepada direktur
- Memimpin dalam rangka pelaksanaan kegiatan rehabilitasi medik
 - Membuat DPS staff
 - Mengajukan usul kebutuhan instalasi kepada direktur dalam rangka peningkatan mutu

C. EKG, USG, ECO, WSD, TREADMILL

- Tugas pokok : - Bertanggung jawab kepada direktur
- Mengkoordinasi semua kegiatan EKG, USG, ECO, WSD PLERAFUNGI, TREADMILL

- Mengajukan usul kebutuhan instalasi kepada direktur dalam rangka peningkatan mutu pelayanan rumah sakit.

D. KEPERAWATAN

- Tugas pokok : - Bertanggung jawab kepada direktur
- Mengarahkan dan membina terlaksananya pelayanan atau rencana asuhan keperawatan.
 - Monitor peningkatan mutu rencana asuhan/pelayanan keperawatan
 - Membimbing dan mengatur pengelolaan tenaga paramedis dibawah tanggung jawabnya.
 - Mengadakan pertemuan rutin/berskala dengan kepala ruangan untuk meningkatkan profesionalisme pelayanan/rencana asuhan keperawatan.
 - Membuat laporan bulanan, tahunan kepada direktur.
 - Mengelola pengendalian bahan/alat yang digunakan dalam pelayanan keperawatan.
 - Mengelola tenaga paramedia dalam program pelatihan.

- Mengikuti perkembangan ilmu pelayanan keperawatan dengan seminar, simposium, atau mengadakan kunjungan ke rumah sakit lain.
- Kerjasama dengna instalasi lain terkait.
- Membuat DPS staff.

a. Rawat inap

R. Anggrek/Penyakit Dalam

R. Mawar, Kelas 1 Mawar

R. Melati 1

R. Melati 11

R. ICU

R. Kesehatan Anak.

R. Kebidanan

R.. Bedah.

R.. Paru.

b. Rawat Jalan

R. UPGD

R. POLY (Poly gigi, umum, mata, THT, kulit)

R. CK

5. KOMITE MEDIS

- Tugas pokok : - Menyusun, mengevaluasi, menilai serta memperbaharui standar pelayanan rumah sakit.
- Memantau pelaksanaan

- Memberikan pembinaan etika profesi.
- Mengatur kewenangan profesi anggota staff medis fungsional.
- Mengembangkan program pelayanan, pendidikan, dan pelatihan.

6. KESEKRETARIATAN DAN REKAM MEDIK

Tugas pokok : - Bertanggung jawab kepada direktur.

- Memimpin dalam rangka merencanakan, melaksanakan, pengendalian, evaluasi kesekretariatan.
- Memimpin dalam rangka peningkatan mutu dan profesionalisme.
- Membuat DPS Staff.
- Memimpin menyiapkan bahan rancangan, tata laksana pengelolaan rekam medik, registrasi, penderita, pembuatan visum dan lain-lain.
- Memimpin penyusunan laporan kegiatan rekam medik.
- Memimpin menyiapkan motivasi kerja dan menciptakan iklim kerja yang dinamis.

7. KEPEGAWAIAN

Tugas pokok : - Bertanggung jawab kepada direktur.

- Perencanaan kebutuhan pegawai.

- Pengorganisasian tenaga, bahan, dan alat untuk menyelenggarakan kepegawaian.
- Memimpin dalam rangka peningkatan mutu pengelolaan pegawai.
- Memimpin dalam rangka peningkatan mutu kesejahteraan pegawai.

8. HUMAS DAN PENGAWASAN UMUM

- Tugas pokok : - Bertanggung jawab kepada direktur.
- Mengevaluasi sistem keamanan di rumah sakit.
 - Mengkoordinir urusan kamar mayat.
 - Mengevaluasi urusan pemeliharaan sarana dan gas medis.
 - Mengkoordinasi urusan kendaraan.

9. SUB BAGIAN KEUANGAN

- Tugas pokok : - Bertanggung jawab kepada direktur.
- Melakukan penyusunan anggaran penerimaan dan pengeluaran rumah sakit.
 - Pembuatan laporan realisasi keuangan.
 - Membuat laporan keuangan rumah sakit.
 - Membuat DPS staff..

FASILITAS DAN SARANA PELAYANAN RSU ISLAM HARAPAN

ANDA

RSU Islam Harapan Anda Kota Tegal saat ini belum mempunyai Dokter spesialis tetap karena semuanya merupakan Dokter mitra yang berasal dari RSU Kardinah kota Tegal, RSUD Brebes, RSU Dr. Soesilo Slawi dan Cirebon.

Fasilitas-fasilitas :

1. IGD (Instalasi Gawat Darurat)
2. ICU (Intensif Unit Care).
3. Ruang rawat inap VIP, Teladan, Kelas I, II, III.
4. Kamar Operasi.
5. Kamar Endoscopy.
6. Laboratorium Klinik.
7. Radiologi termasuk USG (Ultra Sona Graphy), CT Scan (Computerized Toma Graphy Scan)
8. Instalasi Farmasi
9. Dapur.
10. Kamar Mayat.
11. Ruang Pelayanan Hemodialisa.
12. Ruang Fisioterapi.
13. Ambulance.

Sarana Pelayanan.**A. Instalasi Gawat Darurat.**

a. Pelayanan Instalasi Gawat Darurat RSUD Islam Harapan Anda buka 24 jam.

b. Fasilitas yang ada di Instalasi Gawat darurat antara lain :

- Ruang Triase.
- Ruang Tindakan.
- Ruang Observasi.
- Ruang Resusitasi.

B. Instalasi Rawat Jalan.**a. Kegiatan.**

Pelayanan dilaksanakan pada hari kerja.

b. Jenis Pelayanan.

- Penyakit Dalam.
- Penyakit Bedah Umum.
- Penyakit bedah Orthopedi.
- Kesehatan Anak.
- Kardiologi.
- Paru.
- THF.
- Syaraf.
- Mata.
- Gigi.

- Konsultasi gizi.
- Kulit dan kelamin.

C. Instalasi Rawat Inap.

a. Jenis Pelayanan Rawat inap.

- Penyakit Dalam.
- Penyakit Bedah.
- Penyakit anak.
- Penyakit Jantung.
- Penyakit Paru.
- Penyakit Syaraf.
- Bedah Mulut.
- Bedah Tulang.

3.3. Variabel Penelitian

Parasuraman dkk.(1985) pada riset *eksploratory* meneliti kualitas jasa dan faktor – faktor yang menentukannya. Mereka menemukan 5 dimensi kualitas jasa dan faktor – faktor yang menentukannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah semua variabel kepuasan dalam kualitas pelayanan, yaitu: Bukti langsung,. Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati serta Kepuasan secara umum.

3.4. Definisi Operasional

3.4.1. Kualitas Pelayanan

1. **Bukti Langsung (*Tangibles*)** meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, sarana komunikasi dan pembayaran. Indikator tangibles antara lain:
 - a. Fasilitas tempat parkir.
 - b. Toilet, AC, ruang tunggu, alat pembayaran, kasir.
 - c. Fasilitas bermain anak/hiburan.
 - d. Kebersihan dan kenyamanan lingkungan
 - e. Tersedianya barang/produk yang diinginkan.
 - f. Fasilitas tempat ibadah, kantin, wartel
 - g. Penerangan baik di dalam atau diluar ruangan
 - h. Kelengkapan mebel baik diluar ataupun dalam ruangan
2. **Keandalan (*reliability*)**, meliputi kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, memuaskan dan kecepatan, indikatornya adalah:
 - a. Ketepatan dan kemampuan dalam melayani.
 - b. Kemampuan petugas penerima.
 - c. Pemberian informasi yang benar
 - d. Prosedur penerimaan konsumen / pasien dengan sistem antrian yang tertib dan teratur.
3. **Daya Tanggap (*Responsiveness*)**, meliputi keinginan karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan segera. Indikatornya:

- a. Kemudahan dalam mengakses pelayanan.
 - b. Tanggapan karyawan terhadap permintaan / keluhan konsumen.
 - c. Mempunyai itikat baik dalam menanggapi konsumen.
4. Jaminan (*Assurance*) meliputi kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan. Indikatornya:
- a. Petugas / karyawan yang professional.
 - b. Ketrampilan karyawan.
 - c. Kesopanan dan keramahan konsumen.
5. Empati (*Emphaty*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan. Indikatornya adalah:
- a. Memberikan bantuan tanpa pamrih.
 - b. Melihat konsumen tanpa membedakan status sosial.
 - c. Memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan.
 - d. Memahami kondisi pelanggan.

3.4.2. Karakteristik Konsumen

Karakteristik / identitas konsumen (responden) meliputi :

1. **Gender / jenis kelamin** : dalam segala hal gender / jenis kelamin seseorang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap objek.
2. **Usia** : variabel sosial ekonomi yang sering kali digunakan sebagai barometer perilaku konsumen dilihat dari tingkat kematangan dalam berfikir / menentukan pilihannya.

Pengelompokan usia konsumen yang dipakai adalah :

- Usia < 20 tahun
- Usia 21-30 tahun
- Usia 31-40 tahun
- Usia 41-50 tahun
- Usia > 50 tahun

3. **Pekerjaan** : merupakan aktivitas utama yang dilakukan setiap hari oleh responden yang dibagi kedalam beberapa kelompok:

- Pelajar / mahasiswa
- Pegawai negeri
- Pengusaha / wiraswasta
- Pensiunan
- Ibu rumah tangga dan lain-lain

4. **Tingkat pendapatan** : merupakan jumlah pendapatan yang diperoleh responden dalam waktu 1 bulan, dalam penelitian ini tingkat pendapatan responden dibagi menjadi:

- ≤ Rp. 1000.000
- Rp. 1000.001- Rp.2.000.000
- Rp. 2.000.001- Rp.3.000.000
- Rp. > 3.000.000

3.5. Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data Primer adalah data langsung yang diperoleh dari objek penelitian untuk memperolehnya dilakukan dengan cara :

a. Wawancara (interview)

Yaitu mengadakan wawancara langsung dengan pimpinan perusahaan dan konsumen untuk mendapatkan data yang objektif.

b. Pengamatan (observasi) :

Penulis mengadakan pengamatan secara langsung pada lokasi penelitian terutama pengamatan langsung terhadap kualitas pelayanan pada rumah sakit tersebut.

c. Metode Angket (kuisisioner)

Tujuan pokok pembuatan kuesioner adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survey, dan memperoleh informasi dengan reabilitas dan validitas setinggi mungkin.

2. Data Sekunder.

Data-data yang diperoleh dari sumber-sumber lain selain obyek penelitian. Data-data tersebut diperoleh melalui studi kepustakaan, data-data laporan yang tersedia, dokumentasi, hasil penelitian sebelumnya, dan sumber-sumber lain yang terpercaya. Pengumpulan data lebih ditekankan pada hasil kuesioner yang merupakan data utama untuk menganalisis kepuasan konsumen.

3.6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur syah/valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang ada pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan validitas konstruk. Dengan cara mengkorelasi antara skor yang diperoleh dari masing – masing item pertanyaan dengan skor totalnya, skor total nya ini merupakan nilai yang diperoleh dari hasil semua skor item. Korelasi ini harus signifikan berdasarkan ukuran statistik. Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan $\alpha=5\%$ sehingga akan diperoleh korelasi kritisnya (*table*).

Berikut rumus pendekatan validitas konstruk dengan teknik korelasi produk moment (Suharsimi Arikunto, 2002)

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N(\sum X^2) - (\sum X)^2][N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

r_{xy} = Koefisien korelasi

N = Jumlah responden

X = Nilai per butir

Y = Total nilai kuesioner masing – masing responden.

Perhitungan koefisien butir dan koefisien reliabilitas dilakukan dengan menggunakan paket program SPSS 11,5. Perhitungan sah atau tidaknya butir pertanyaan dilakukan dengan membandingkan korelasi

butir pertanyaan dan korelasi kritis atau korelasi table. Pengambilan keputusan dengan mengkonsultasikan hasil korelasi hitung (r_{hitung}) dengan korelasi tabel (r_{tabel}) yaitu :

- apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir tersebut dapat dinyatakan tidak valid
- apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir tersebut dapat dinyatakan valid

2. Uji Reliabilitas

Realibilitas merupakan proses pengukuran yang menunjukkan suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif sama jika dilakukan pengukuran ulang terhadap subyek yang sama. Uji reliabilitas atas setiap daftar pertanyaan angket dilakukan dengan menggunakan metode Alpha dengan rumus sbb:

$$\alpha = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[\sum \frac{s_j^2}{s_x^2} \right]$$

Dimana : K = Banyaknya belahan tes

S_j = Varians belahan $j = 1, 2, \dots, k$

S_x = Varians skor test

3.7. Populasi dan Sampel

3.7.1. Populasi

Adalah ruang lingkup atau besaran karakteristik dari seluruh objek yang diteliti, dan dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen yang menggunakan pelayanan di Rumah Sakit Islam Harapan Anda.

3.7.2. Sampel

Adalah bagian dari populasi yang karakteristiknya akan diteliti. Teknik pengambilan sampel dengan Convenience sampling yaitu peneliti menseleksi anggota populasi yang paling mudah untuk diperoleh informasinya, yaitu dengan cara mengambil sampel dari populasi yang menggunakan pelayanan di RS yang sekiranya dapat mewakili sampel.

Rumus yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2(pq)}{e^2}$$

Dimana :

n = jumlah sampel

p = variabel estimasi dalam populasi

q = 100 – P

z = standar eror

e = kesalahan yang dapat diterima

Untuk lebih jelasnya akan diuraikan sebagai berikut, misalnya variabel yang diharapkan sebesar 50%, standar kesalahan sebesar 10%, dengan tingkat 95% = 1,96. dengan menggunakan rumus diatas, maka jumlah sampel dapat di peroleh sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot \{50 \cdot (100 - 50)\}}{10^2}$$

$$n = \frac{3,48 \times 2500}{100}$$

$$n = \frac{96000}{100}$$

$$n = 96$$

Dari hasil perhitungan diatas menghasilkan jumlah sampel sebanyak 96, untuk memudahkan perhitungan tersebut dibulatkan menggunakan sampel 100 responden/konsumen.

Pembagian kuesioner yang akan dilakukan dengan cara datang ke Rumah Sakit Umum Islam Harapan Anda dengan mendatangi pasien yang dijadikan responden dan diberikan kuesioner untuk dijawab dan dikembalikan secara langsung setelah diisi oleh responden. Pembagian kuesioner dilakukan dalam waktu satu minggu dan diharapkan dalam satu hari dalam menghasilkan 15 kuesioner yang telah diisi responden atau pasien RSUD Islam Harapan Anda. Syarat Responden yang diteliti

- a. Responden yang menggunakan pelayanan jasa di Rumah Sakit Islam Harapan Anda
- b. Responden yang mudah ditemui dan dimintai keterangan.

Pengukuran variabel

Dalam pengukuran penelitian penulis menggunakan skala likert dengan memberi bobot atas jawaban. Responden diminta mengisi kuesioner dengan memilih salah satu jawaban yang tersedia dalam lima kategori yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), ragu-ragu (RR), tidak setuju(TS), sangat tidak setuju (STS). Dengan skor masing – masing adalah 5, 4, 3, 2, 1.

3.8. Metode Analisis Data

3.8.1. Analisis Deskriptif

Dengan menggunakan kuesioner yang telah disebarakan kemudian dilakukan analisis data, sehingga mendapatkan gambaran objek yang jelas. Metode analisa ini diterangkan dalam bentuk prosentasi disertai table dalam penyajiannya.

3.8.2. Analisia kuantitatif

Analisis Kruskal-Wallis

Analisis Kruskal-Wallis adalah salah satu pengujian statistik non parametrik yang digunakan untuk menguji perbedaan lebih dari dua sampel yang baaaaarsifat bebas satu dengan yang lainnya. Prosedur pengujiannya adalah sebagai berikut (Santoso, 2002):

1. Hipotesis Pengujian

H_0 : Tidak ada perbedaan kepuasan yang signifikan antara kategori profil responden yang satu dengan kategori profil responden lainnya.

H_a : Ada perbedaan kepuasan yang signifikan antara kategori profil responden yang satu dengan kategori profil responden lainnya.

2. Menentukan Nilai Kritis Pengujian

Tahap ini berkaitan dengan taraf atau signifikansi dari pengujianhipotesis (H_0 atau H_a) dapat diterima/ditolak. Dalam hipotesis penelitian ini dibatasi dengan menggunakan probabilitas $\alpha = 0,05$

3. Menentukan Kriteria Pengujian

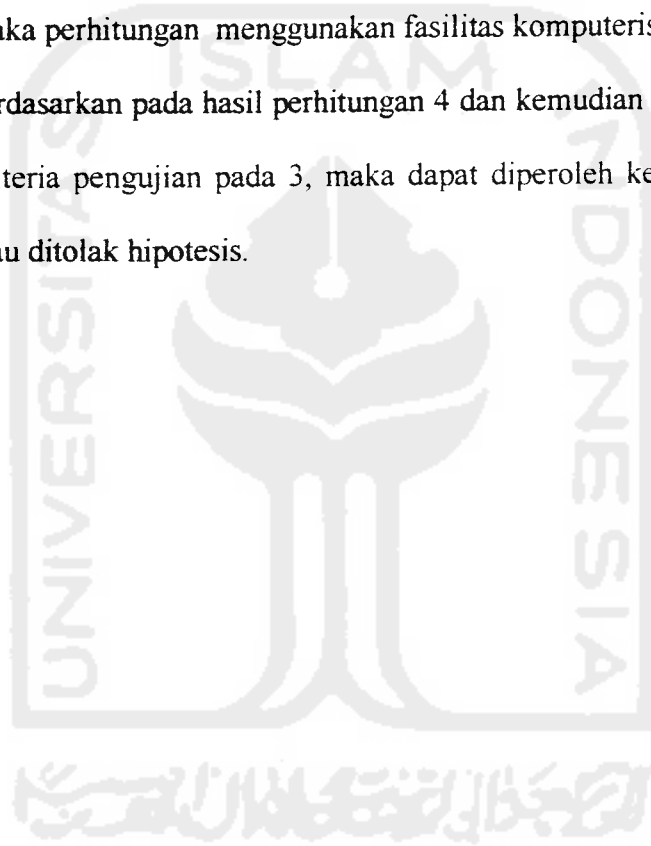
H_0 : ditolak jika probabilitas hitung $< 0,05$

H_0 : diterima jika probabilitas hitung $> 0,05$

4. Perhitungan

Tahap perhitungan ini dilakukan dengan mendasarkan pada masing-masing hipotesis dan alat analisis yang digunakan yaitu dengan analisis Kruskal-Wallis sedangkan untuk mempermudah analisis dan validitas maka perhitungan menggunakan fasilitas komputerisasi program SPSS.

5. Berdasarkan pada hasil perhitungan 4 dan kemudian dirujuk pada bagian kriteria pengujian pada 3, maka dapat diperoleh kesimpulan diterima atau ditolak hipotesis.



BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskriptif

4.1.1. Karakteristik Responden

Berikut adalah karakteristik dari responden yang menjadi sampel penelitian. Uraian hasil analisis karakteristik responden akan dimulai dari karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Setelah dilakukan proses tabulasi dari kuesioner yang berjumlah 100 responden, maka didapatkan hasil frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.1
Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	
		Responden	Prosentase (%)
1.	Laki-laki	43	43
2.	Perempuan	57	57
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer Diolah (2006)

Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa prosentase responden untuk laki-laki adalah 43 responden atau sebanyak 43% dan untuk perempuan dengan jumlah 57 responden atau sebanyak 57%, jumlahnya sedikit lebih

besar dibandingkan laki-laki Terlihat tidak ada perbedaan jumlah responden yang signifikan antara laki-laki dan perempuan. Hal ini dikarenakan permasalahan kesehatan memang tidak hanya monopoli salah satu gender saja.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar dan diisi oleh responden, peneliti mengklasifikasikan usia responden ke dalam lima kelompok usia, sebagaimana terlihat pada Tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2
Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	
		Responden	Prosentase (%)
1.	≤ 20 Tahun	9	9
2.	21-30 Tahun	5	5
3.	31-40 Tahun	18	18
4.	41-50 Tahun	41	41
4.	> 50 Tahun	27	27
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer Diolah (2006)

Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa usia responden yang persentasinya terbesar adalah kelompok usia 41-50 tahun dengan jumlah 41 responden atau sebanyak 41%. Sedangkan proporsi kelompok responden yang terkecil adalah responden yang berada pada kelompok usia 21-30 tahun dengan jumlah 5 responden atau sebanyak 5%. Hal tersebut

dikarenakan secara alamiah permasalahan kesehatan memang lebih banyak dialami oleh orang yang lebih tua.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner di Kotamadya Tegal, secara garis besar pekerjaan responden dapat dikelompokkan menjadi lima kelompok. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4.3
Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	
		Responden	Prosentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	16	16
2.	Pegawai Negeri	38	38
3.	Pengusaha/wiraswasta	28	28
4.	Pensiunan	7	7
5.	Ibu Rumah Tangga dll	11	11
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer Diolah (2006)

Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa jumlah responden terbesar adalah kelompok responden yang mempunyai pekerjaan pegawai negeri dengan jumlah 38 responden atau sebanyak 38%. Sedangkan proporsi terkecil adalah kelompok responden yang bekerja atau masuk dalam kategori pekerjaan pensiunan dengan jumlah 7 responden atau sebanyak 7%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tingkat pendapatan responden yang terpilih sebagai sampel penelitian perlu diketahui, karena pendapatan merupakan variabel yang berpengaruh terhadap perilaku pembelian. Agar mudah dalam pengelompokannya maka tingkat pendapatan responden dibedakan menjadi empat tingkat kelompok. Pertama adalah yang berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000/bulan, kedua antara Rp.1.000.000-Rp.2.000.000/bulan, Rp.2.001.000-Rp.3.000.000 dan yang keempat adalah yang berpendapatan lebih dari Rp.3.000.000/bulan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4
Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah	
		Responden	Prosentase (%)
1.	Kurang dari Rp.1.000.000	28	28
2.	Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	55	55
3.	Rp.2.000.001-Rp.3.000.000	12	12
4.	Lebih dari Rp.3.000.000	5	5
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer Diolah (2006)

Dari Tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa prosentase terbesar adalah kelompok responden yang mempunyai pendapatan antara Rp.1.000.000-Rp.2.000.000 dengan jumlah 55 responden atau sebanyak 55%. Sedangkan proporsi terkecil adalah kelompok responden yang mempunyai pendapatan lebih dari Rp.3.000.000 dengan jumlah

responden 5 orang atau 5%. Hal tersebut dikarenakan sebagian besar pasien Rumah Sakit Umum Islam Harapan Anda adalah mereka yang masuk dalam golongan menengah.

4.1.2. Data Penelitian

Selanjutnya akan dikemukakan tabel yang menunjukkan hasil jawaban responden atas pertanyaan yang berkaitan dengan faktor kualitas jasa yang meliputi Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati serta variabel Kepuasan Konsumen. Dalam daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden mempunyai lima kategori jawaban yaitu: sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju dan sangat setuju. Jawaban sangat setuju menunjukkan bahwa kualitas jasa dan kepuasan konsumen sangat tinggi dan jawaban sangat tidak setuju menunjukkan kualitas jasa dan kepuasan konsumen sangat rendah.

Distribusi jawaban responden pada lima variabel kualitas jasa dan kepuasan konsumen dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5
Distribusi Jawaban Responden

Variabel dan Interval Jawaban	Kategori	Jumlah	Persentase
Bukti Langsung			
Nilai 1,00 – 1,79	Sangat Tidak Setuju	2	2
Nilai 1,80 – 2,59	Tidak Setuju	8	8
Nilai 2,60 – 3,39	Ragu-ragu	7	7
Nilai 3,39 – 4,19	Setuju	62	62
Nilai 4,19 – 5,00	Sangat Setuju	21	21

Lanjutan Tabel 4.5

Keandalan			
Nilai 1,00 – 1,79	Sangat Tidak Setuju	2	2
Nilai 1,80 – 2,59	Tidak Setuju	21	21
Nilai 2,60 – 3,39	Ragu-ragu	8	8
Nilai 3,39 – 4,19	Setuju	55	55
Nilai 4,19 – 5,00	Sangat Setuju	14	14
Daya Tanggap			
Nilai 1,00 – 1,79	Sangat Tidak Setuju	0	0
Nilai 1,80 – 2,59	Tidak Setuju	15	15
Nilai 2,60 – 3,39	Ragu-ragu	21	21
Nilai 3,39 – 4,19	Setuju	54	54
Nilai 4,19 – 5,00	Sangat Setuju	10	10
Jaminan			
Nilai 1,00 – 1,79	Sangat Tidak Setuju	0	0
Nilai 1,80 – 2,59	Tidak Setuju	12	12
Nilai 2,60 – 3,39	Ragu-ragu	20	20
Nilai 3,39 – 4,19	Setuju	51	51
Nilai 4,19 – 5,00	Sangat Setuju	17	17
Empati			
Nilai 1,00 – 1,79	Sangat Tidak Setuju	0	0
Nilai 1,80 – 2,59	Tidak Setuju	15	15
Nilai 2,60 – 3,39	Ragu-ragu	16	16
Nilai 3,39 – 4,19	Setuju	58	58
Nilai 4,19 – 5,00	Sangat Setuju	11	11
Kepuasan			
Nilai 1,00 – 1,79	Sangat Tidak Setuju	1	1
Nilai 1,80 – 2,59	Tidak Setuju	16	16
Nilai 2,60 – 3,39	Ragu-ragu	15	15
Nilai 3,39 – 4,19	Setuju	53	53
Nilai 4,19 – 5,00	Sangat Setuju	15	15
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer Diolah (2006)

Dari Tabel 4.5 di atas dapat dilihat tanggapan dari 100 pasien Rumah Sakit Umum Islam Harapan Anda di Tegal, sebanyak 21 orang atau 21% menyatakan sangat setuju, 62 orang atau 62% menyatakan setuju, 7 orang atau 7% menyatakan ragu-ragu, dan 8 orang atau 8% menyatakan tidak setuju serta 2 orang atau 2% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pasien Rumah Sakit Umum Islam Harapan Anda di Tegal merasa bahwa pihak rumah sakit sudah menyediakan fasilitas yang diperlukan oleh pasien.

Dari Tabel 4.5 di atas dapat dilihat tanggapan dari 100 pasien Rumah Sakit Umum Islam Harapan Anda di Tegal, sebanyak 14 orang atau 14% menyatakan sangat setuju, 55 orang atau 55% menyatakan setuju, 8 orang atau 8% menyatakan ragu-ragu, dan 21 orang atau 21% menyatakan tidak setuju serta 2 orang atau 2% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pasien Rumah Sakit Umum Islam Harapan Anda di Tegal merasa bahwa pihak rumah sakit sudah memberikan pelayanan secara handal.

Dari Tabel 4.5 di atas dapat dilihat tanggapan dari 100 pasien Rumah Sakit Umum Islam Harapan Anda di Tegal, sebanyak 10 orang atau 10% menyatakan sangat setuju, 54 orang atau 54% menyatakan setuju, 21 orang atau 21% menyatakan netral dan 15 orang atau 15% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pasien Rumah Sakit

Umum Islam Harapan Anda di Tegal merasa bahwa pihak rumah sakit sudah memberikan pelayanan secara tanggap.

Dari Tabel 4.5 di atas dapat dilihat tanggapan dari 100 pasien Rumah Sakit Umum Islam Harapan Anda di Tegal, sebanyak 17 orang atau 17% menyatakan sangat setuju, 51 orang atau 55% menyatakan setuju, 20 orang atau 20% menyatakan ragu-ragu, dan 12 orang atau 12% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pasien Rumah Sakit Umum Islam Harapan Anda di Tegal merasa bahwa pihak rumah sakit sudah memberikan jaminan pelayanan.

Dari Tabel 4.5 di atas dapat dilihat tanggapan dari 100 pasien Rumah Sakit Umum Islam Harapan Anda di Tegal, sebanyak 11 orang atau 11% menyatakan sangat setuju, 58 orang atau 58% menyatakan setuju, 16 orang atau 16% menyatakan ragu-ragu, dan 15 orang atau 15% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pasien Rumah Sakit Umum Islam Harapan Anda di Tegal merasa bahwa pihak rumah sakit sudah memberikan pelayanan secara personal kepada pasien.

Dari Tabel 4.5 di atas dapat dilihat tanggapan dari 100 pasien Rumah Sakit Umum Islam Harapan Anda di Tegal, sebanyak 15 orang atau 15% menyatakan sangat setuju, 53 orang atau 53% menyatakan setuju, 15 orang atau 15% menyatakan ragu-ragu, dan 16 orang atau 16% menyatakan tidak setuju serta 1 orang atau 1% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pasien Rumah Sakit Umum Islam

Harapan Anda di Tegal merasa sudah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit.

4.2. Pengujian Instrumen Penelitian

4.2.1. Pengujian Validitas Instrumen

Untuk memenuhi kriteria sebagai instrumen penelitian yang valid dan reliabel, kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini diuji validitas (kesahihan) dengan menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* dan reliabilitasnya (keandalan) dengan menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan bantuan *statistical software* SPSS Release 11.5 dengan tingkat signifikansi 5%. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden sebanyak 30 responden (tahap pra survei).

Jumlah butir kuesioner yang diujikan adalah 10 yang merupakan pengembangan dari 5 konstruk atau komponen kualitas jasa Rumah Sakit Umum Islam Harapan Anda di Tegal. Suatu butir pernyataan akan dikatakan *valid* apabila skor korelasinya positif dan lebih besar dari nilai *r* tabel. Dari tabel *r* (lihat Lampiran V) untuk derajat bebas 28 (jumlah sampel - 2) dan tingkat signifikansi 5% diperoleh angka 0,2408. Hasil pengujian validitas instrumen penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian

Variabel dan Butir Pertanyaan	Skor Korelasi	Keterangan
Variabel Bukti Langsung		
Butir_1	0,773	Sahih
Butir_2	0,773	Sahih
Variabel Keandalan		
Butir_1	0,812	Sahih
Butir_2	0,812	Sahih
Variabel Daya Tanggap		
Butir_1	0,662	Sahih
Butir_2	0,662	Sahih
Variabel Jaminan		
Butir_1	0,754	Sahih
Butir_2	0,754	Sahih
Variabel Empati		
Butir_1	0,713	Sahih
Butir_2	0,713	Sahih

Sumber: Data Primer Diolah (2006)

Hasil uji validitas pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa keseluruhan butir pernyataan pada enam variabel atau konstruk yang ada dalam penelitian mempunyai skor korelasi positif dan lebih besar dari nilai r tabel (0,2408), sehingga keseluruhan butir pernyataan tersebut *valid* atau sah.

4.2.2. Pengujian Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas terhadap item-item pertanyaan dari kuesioner digunakan untuk mengukur kehandalan atau konsistensi dari instrumen penelitian. Suatu angket dikatakan reliabel (andal) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji

reliabilitas ini diukur melalui koefisien *alpha* (*Cronbach alpha*). Suatu variabel akan dikatakan reliabel apabila nilai koefisien *alpha cronbach*-nya positif dan lebih besar dari 0,6 (Rangkuti, 2002:77).

Hasil uji reliabilitas untuk variabel Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati secara singkat dapat ditunjukkan dalam Tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7
Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
Bukti Langsung	0,870	Reliabel
Keandalan	0,892	Reliabel
Daya Tanggap	0,793	Reliabel
Jaminan	0,854	Reliabel
Empati	0,831	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2006)

Hasil uji reliabilitas dalam Tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa semua variabel yang terdiri dari Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati adalah reliabel.

4.3. Pengujian Hipotesis

Pada rumusan masalah yang diajukan pada awal bab, peneliti mengajukan rumusan masalah apakah ada perbedaan kepuasan konsumen atau pasien Rumah Sakit Umum Islam “Harapan Anda” Tegal berdasarkan karakteristik responden yang meliputi: Jenis Kelamin (Laki-laki dan

Perempuan), Umur (<20 Tahun, 21-30 Tahun, 31-40 Tahun, 41-50 Tahun dan >50 Tahun), Pekerjaan (Pelajar, PNS, Pengusaha, Pensiunan, dan Ibu Rumah Tangga) dan Pendapatan (<Rp.1.000.000, Rp.1.000.000-Rp.2.000.000, Rp.2.001.000-Rp.3.000.000 dan >Rp.3.000.000) terhadap atribut pelayanan rumah sakit yang terdiri dari: Bukti Langsung (fasilitas fisik seperti toilet, ruangan, AC, ruang tunggu, tempat parkir, lingkungan dan tempat bermain, teknologi yang dimiliki RSU Islam seperti alat-alat bedah, dan alat-alat yang berkaitan dengan kesehatan) Keandalan (informasi yang telah diberikan pihak rumah sakit dan tenaga medis dan karyawan dalam memberikan pelayanan), Daya Tanggap (penanganan rumah sakit dalam memecahkan masalah dan prosedur pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit), Jaminan (usaha-usaha yang dilakukan rumah sakit dalam menjaga reputasi dan sikap simpatik, ramah, dan dapat berkomunikasi yang ditunjukkan oleh tenaga medis dan karyawan) dan Empati (perhatian dan kepedulian yang diberikan pihak rumah sakit dan pelayanan yang tidak membedakan status maupun kedudukan) serta Kepuasan secara umum.

Untuk menjawab rumusan masalah tersebut, peneliti membuat formulasi hipotesis sekaligus sebagai jawaban sementara, yaitu bahwa ada perbedaan kepuasan konsumen terhadap Rumah Sakit Umum Islam "Harapan Anda" Tegal berdasarkan karakteristik responden. Untuk membuktikan hipotesis tersebut, maka digunakan pengujian statistik Kruskal-Wallis Test.

Data yang diperoleh mengenai perbedaan kepuasan konsumen dalam penilaian terhadap Rumah Sakit Umum Islam “Harapan Anda” Tegal akan dihitung dengan menggunakan analisis Kruskal-Wallis dengan menggunakan bantuan *statistical software* SPSS Release 11.5, kemudian hasilnya akan dibandingkan dengan χ^2 tabel. Prosedur pengujian analisis tersebut adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis Pengujian

H_0 : Tidak ada perbedaan kepuasan yang signifikan antara kategori profil responden yang satu dengan kategori profil responden lainnya.

H_a : Ada perbedaan kepuasan yang signifikan antara kategori profil responden yang satu dengan kategori profil responden lainnya.

2. Menentukan Nilai Kritis Pengujian

Untuk menentukan nilai kritis pengujian, tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5% maka nilai kritis pengujian atau signifikansinya adalah sebesar 0,05.

3. Menentukan Kriteria Pengujian

H_0 : ditolak jika nilai signifikansi $< 0,05$

H_0 : diterima jika nilai signifikansi $> 0,05$

Setelah melakukan pengolahan data (*data processing*) dari 100 responden terhadap kepuasan responden terhadap atribut-atribut Bukti

Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati serta Kepuasan secara umum berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan tingkat pendapatan responden (lihat Lampiran), maka hasil pengujiannya adalah sebagai berikut:



Tabel 4.8

Analisis Perbedaan Kepuasan Berdasarkan Karakteristik Responden

Item	Jenis Kelamin		Umur						Pekerjaan						Penghasilan				
	Laki-laki	Perempuan	<20 Tahun	21-30 Tahun	31-40 Tahun	41-50 Tahun	>50 Tahun	Sig	Pelajar	PNS	Pengusaha	Pensiun	Ibu RT	Sig	<Rp.1jt	Rp.1jt- Rp.2jt	Rp.2jt- Rp.3jt	>Rp.3jt	Sig
Bukti_1	3.814	3.842	4.111	4.400	3.556	3.829	3.815	0.098	4.125	3.789	3.964	3.714	3.273	0.113	3.714	3.855	3.917	4.000	0.695
Bukti_2	3.791	3.772	4.000	4.200	3.444	3.805	3.815	0.232	3.938	3.737	3.893	3.714	3.455	0.741	3.571	3.836	3.917	4.000	0.653
Andal_1	3.651	3.526	3.778	4.200	3.000	3.561	3.815	0.038	3.813	3.526	3.607	3.571	3.364	0.849	3.286	3.673	3.917	3.400	0.215
Andal_2	3.558	3.351	3.778	4.000	3.056	3.463	3.444	0.268	3.750	3.211	3.679	3.286	3.273	0.260	3.036	3.655	3.583	3.000	0.063
Tanggap_1	3.535	3.491	3.667	3.800	3.278	3.488	3.593	0.576	3.688	3.447	3.429	3.571	3.636	0.782	3.179	3.636	3.583	3.800	0.153
Tanggap_2	3.767	3.474	3.667	4.000	3.389	3.512	3.778	0.409	3.688	3.579	3.679	3.571	3.364	0.786	3.429	3.709	3.417	3.800	0.194
Jaminan_1	3.767	3.632	3.889	4.000	3.389	3.829	3.556	0.156	3.875	3.658	3.750	3.714	3.364	0.602	3.464	3.909	3.417	3.200	0.020
Jaminan_2	3.628	3.667	4.000	4.000	3.389	3.634	3.667	0.440	4.000	3.526	3.643	3.857	3.455	0.407	3.429	3.782	3.583	3.600	0.379
Empati_1	3.674	3.632	4.111	3.800	3.444	3.707	3.519	0.331	4.000	3.500	3.607	3.571	3.818	0.391	3.357	3.818	3.667	3.400	0.160
Empati_2	3.558	3.491	3.889	4.200	3.389	3.512	3.370	0.170	3.938	3.289	3.643	3.429	3.455	0.121	3.214	3.709	3.333	3.600	0.076
Kepuasan	3.674	3.596	3.444	3.800	3.222	3.780	3.704	0.154	3.563	3.632	3.643	3.571	3.727	0.885	3.464	3.727	3.417	4.000	0.241

Dari Tabel 4.8 di atas, dapat dilihat bahwa tidak ada atribut yang dianggap berbeda oleh responden berdasarkan karakteristik jenis kelamin. Hal tersebut mengindikasikan bahwa responden mempunyai kepuasan yang tidak berbeda secara signifikan terhadap seluruh atribut tersebut dikarenakan nilai signifikansi pengujian seluruh atribut tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti H_0 diterima. Artinya, responden laki-laki dan perempuan mempunyai kepuasan yang tidak berbeda secara signifikan terhadap seluruh atribut dan kepuasan secara umum.

Dari Tabel 4.8 di atas, dapat dilihat bahwa ada satu atribut yang dianggap berbeda oleh responden berdasarkan karakteristik umur, yaitu atribut Andal_1 (informasi yang diberikan pihak rumah sakit). Hal tersebut mengindikasikan bahwa responden mempunyai kepuasan yang berbeda secara signifikan terhadap atribut tersebut dikarenakan nilai signifikansi pengujian atribut tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti H_0 ditolak. Artinya, responden yang berusia ≤ 20 tahun, 21-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun maupun responden yang berusia >50 tahun mempunyai kepuasan yang berbeda secara signifikan terhadap persepsi tentang kinerja atau kehandalan pihak rumah sakit dalam memberikan informasi kepada pasien. . Responden dengan interval usia 21-30 tahun memiliki kepuasan yang relatif lebih baik pada persepsi mereka tentang informasi yang diberikan pihak rumah sakit jika dibandingkan dengan responden pada kelompok usia lainnya. Hal ini dapat dilihat dari nilai mean sikap kepompok responden

yang berada pada usia 21-30 tahun (4,200) yang secara relatif lebih besar jika dibandingkan dengan dengan nilai mean kepuasan kelompok responden dengan umur <20 tahun (3,778), 31-40 tahun (3,000), 41-50 tahun (3,561) dan >50 tahun (3,581).

Sedangkan pengujian pada sembilan atribut lainnya didapatkan hasil bahwa tidak terdapat perbedaan kepuasan yang signifikan. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi pengujian yang lebih besar dari 0,05 yang berarti H_0 diterima. Hal tersebut mengindikasikan bahwa responden mempunyai kepuasan yang tidak berbeda secara signifikan terhadap kesembilan atribut tersebut. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa baik responden yang berusia ≤ 20 tahun, 21-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun maupun responden yang berusia >50 tahun mempunyai penilaian yang relatif sama terhadap kesembilan atribut tersebut dan kepuasan mereka secara umum.

Dari Tabel 4.8 di atas, dapat dilihat bahwa tidak ada atribut yang dianggap berbeda oleh responden berdasarkan karakteristik pekerjaan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa responden mempunyai kepuasan yang tidak berbeda secara signifikan terhadap seluruh atribut tersebut dikarenakan nilai signifikansi pengujian seluruh atribut tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti H_0 diterima. Artinya, baik responden yang memiliki pekerjaan pelajar atau mahasiswa, pegawai negeri, pengusaha, pensiunan maupun responden yang memiliki pekerjaan ibu rumah tangga mempunyai kepuasan

yang tidak berbeda secara signifikan terhadap seluruh atribut dan kepuasan secara umum.

Dari Tabel 4.11 di atas, dapat dilihat bahwa ada satu atribut yang dianggap berbeda oleh responden berdasarkan karakteristik pendapatan, yaitu atribut Jaminan_1 (usaha-usaha yang dilakukan rumah sakit dalam menjaga reputasi). Hal tersebut mengindikasikan bahwa responden mempunyai kepuasan yang berbeda secara signifikan terhadap atribut tersebut dikarenakan nilai signifikasni pengujian atribut tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti H_0 ditolak. Artinya, responden yang memiliki pendapatan <Rp.1.000.000, Rp.1.000.000-Rp.2.000.000, Rp.2.001.000-Rp.3.000.000 maupun responden yang memiliki pendapatan >Rp.3.000.000 mempunyai kepuasan yang berbeda secara signifikan terhadap persepsi tentang usaha-usaha yang dilakukan oleh pihak rumah sakit dalam menjaga reputasinya. Responden dengan interval pendapatan Rp.1.000.000-Rp.2.000.000 memiliki kepuasan yang relatif lebih baik pada persepsi mereka tentang usaha-usaha yang dilakukan oleh pihak rumah sakit dalam menjaga reputasinya jika dibandingkan dengan responden pada kelompok pendapatan lainnya. Hal ini dapat dilihat dari nilai mean sikap kelompok responden yang berada pada tingkat pendapatan Rp.1.000.000-Rp.2.000.000 (3,909) yang secara relatif lebih besar jika dibandingkan dengan dengan nilai mean kepuasan kelompok responden dengan pendapatan

<Rp.1.000.000 (3,464), Rp.2.000.000-Rp.3.000.000 (3,417) dan >Rp.3.000.000 (3,2000).

Sedangkan pengujian pada sembilan atribut lainnya didapatkan hasil bahwa tidak terdapat perbedaan kepuasan yang signifikan. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi pengujian yang lebih besar dari 0,05 yang berarti H_0 diterima. Hal tersebut mengindikasikan bahwa responden mempunyai kepuasan yang tidak berbeda secara signifikan terhadap kesembilan atribut tersebut. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa baik responden yang memiliki pendapatan <Rp.1.000.000, Rp.1.000.000-Rp.2.000.000, Rp.2.001.000-Rp.3.000.000 maupun responden yang memiliki pendapatan >Rp.3.000.000 mempunyai penilaian yang relatif sama terhadap kesembilan atribut tersebut dan kepuasan mereka secara umum.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Ada beberapa kesimpulan yang dapat dikemukakan berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya. Adapun kesimpulan-kesimpulan tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis perbedaan kepuasan konsumen terhadap lima atribut kualitas pelayanan jasa (Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati) dari Rumah Sakit Umum Islam “Harapan Anda” Tegal berdasarkan karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, umur, pekerjaan dan pendapatan responden, dapat kita lihat bahwa:
 - a. Berdasarkan uji beda pada profil jenis kelamin tidak ditemukan adanya perbedaan kepuasan konsumen yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi pengujian yang lebih besar dari 0,05 pada semua pengujian.
 - b. Berdasarkan uji beda pada profil usia ditemukan adanya perbedaan kepuasan konsumen yang signifikan pada satu atribut yaitu Andal_1. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi pengujian yang lebih kecil dari 0,05, sedangkan pada pengujian atribut lainnya tidak ditemukan adanya perbedaan kepuasan yang signifikan.

- c. Berdasarkan uji beda pada profil pekerjaan tidak ditemukan adanya perbedaan kepuasan konsumen yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi pengujian yang lebih besar dari 0,05 pada semua pengujian.
- d. Berdasarkan uji beda pada profil pendapatan ditemukan adanya perbedaan kepuasan konsumen yang signifikan pada satu atribut yaitu Jaminan_1. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi pengujian yang lebih kecil dari 0,05, sedangkan pada pengujian atribut lainnya tidak ditemukan adanya perbedaan kepuasan yang signifikan.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang diajukan oleh peneliti pada awal bahwa terdapat perbedaan kepuasan yang signifikan terhadap atribut pelayanan kualitas jasa hanya terbukti atau mendukung sebagian (*partial supported*).

2. Berdasarkan analisis perbedaan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa secara umum dari Rumah Sakit Umum Islam “Harapan Anda” Tegal berdasarkan karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, umur, pekerjaan dan pendapatan responden, dapat kita lihat bahwa tidak terdapat perbedaan kepuasan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang diajukan tidak terbukti.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan di atas, ada beberapa saran yang dapat dikemukakan kepada pihak manajemen Aqua berkaitan dengan hasil dari penelitian ini. Saran-saran tersebut antara lain:

1. Pihak manajemen Rumah Sakit Umum Islam “Harapan Anda” Tegal harus mempertahankan kepuasan konsumen yang sudah cukup baik yang telah dimiliki. Untuk dapat mempertahankan kepuasan konsumen tersebut, pihak manajemen perlu meningkatkan kinerja dari faktor-faktor yang menunjang dan membentuk kepuasan konsumen tersebut.
2. Proses peningkatan kinerja atribut-atribut tersebut dilakukan dengan memberikan perlakuan (*treatment*) yang sama terhadap seluruh konsumen, baik konsumen pria atau wanita, konsumen dalam seluruh kategori usia, konsumen dalam seluruh kategori pekerjaan dan kategori pendapatan. Hal tersebut didasarkan pada alasan bahwa responden atau konsumen secara umum mempunyai penilaian kepuasan yang tidak berbeda secara signifikan terhadap Rumah Sakit Umum Islam “Harapan Anda” Tegal.
3. Bagi para peneliti lain yang ingin melakukan kajian ulang terhadap penelitian ini disarankan untuk mengganti atau menambah variabel kontrol lainnya seperti: seperti gaya hidup, sumber informasi ataupun variabel kontrol lainnya yang atas beberapa pertimbangan bisa dikatakan relevan untuk membuat saran (*advice*) bagi pihak manajemen atas kesimpulan (*conclusion*) dari hasil penelitian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Engel, J.F, Blackwell, R.D. and Miniard W.P, *Perilaku Konsumen*, Jilid 1, Edisi Keenam, Binarupa Aksara, 1994, hal 3.

_____, **et all** (1990), *Customer Behavior*, 6 th Edition, Chicago: The Dryden Press.

Garvin, David A., *Managing Quality*, New York USA: The Free Press, A Division of Macmillan, Inc., 1988.

Goetsch, D.L and S. Davis, *Introduction to Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness*, Englewood Cliffts, Prentice-Hall International, Inc, 1994.

Gronroos, (1990), *Service Management and Marketing : Managing the Moment of Trust in Service Competition*, Lexington Books, Toronto

Jasfar Farida, M.E., (2005), *Manajemen Jasa*, Cetakan Pertama, Ghalia Indonesia

Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian*, Jilid 1, Edisi Keenam, Erlangga Jakarta, 1988, hal 4.

_____, 1997, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian*, Jilid 1, Edisi Kelima, Erlangga Jakarta, 1985, hal 20.

_____, 1994, *Marketing Management: Analysis, Planning and Control*, 8 th Edition, Englewood Cliffts, N. J.: Prentice-Hall International, Inc.

Martania, C, (1999), "*Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Rumah Makan Ayam Goreng Suharti Yogyakarta*" Skripsi Sarjana (Tidak Dipublikasikan), Yogyakarta : FE UII.

Mc. Daniel, Lamb, Hair, 2000, *Pemasaran*, Salemba Empat.

Parasuraman, Zeithml. A.V. dan Berry Ll., 1985, *A Conceptual, Model of Service Quality*, *Journal Of Retailing*, 67, hal 420-450.

Peter. J. P and Olson J.C., *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Erlangga Jakarta, 1996, hal 6.

Rangkuti, Freddy, 2002, *The Power Of Brands*, PT Gramedia Pustaka Utama.

R.G. Mudrick, dkk, 1990, *Service Operations Management*, Allyn and Bacon

Santoso, 2002. *Statistik Non Parametik*, Elekmedia Computindo

Suharsimi Arikunto, 1998, *Prosedur penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta Jakarta

Swastha dan Irawan, 1986, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty Yogyakarta.

Tse, K. D and Wilton, P.C (1988), "*Models Of Costumer Satisfaction Promotion An Extention*, *Journal Of Marketing Research*, Vol 22, May.. 204-211.

LAMPIRAN 1

Surat Keterangan Penelitian Dari RSU ISLAM Harapan Anda





SURAT KETERANGAN

NOMOR : 17 /RSUI-HA/SKT/III/2006

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : **RISKI PUSPASARI**
NIM : 02311333
Universitas/Akademi : Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

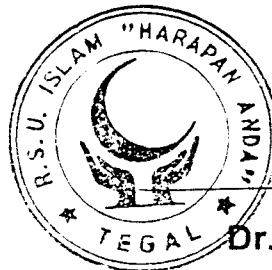
Benar-benar telah melaksanakan **Penelitian/Riset di RSU Islam "Harapan Anda" Tegal untuk bahan pembuatan Karya Ilmiah**, sejak hari Senin tanggal 9 Januari 2006 sampai dengan hari Sabtu tanggal 14 Januari 2006.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tegal, 13 Maret 2006

RSU Islam "HARAPAN ANDA" Tegal,

Direktur,



Dr. SHAHABIYAH

LAMPIRAN 2

Kuesioner Responden



KUESIONER ANALISIS
PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT
PELAYANAN RUMAH SAKIT
(Studi Kasus di RSU Islam Harapan Anda Tegal)

Hal : Permohonan Pengisian Kuesioner

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Sdr/I
di Rumah Sakit Umum Islam Harapan Anda
di Tegal.

Tegal, Desember 2005

Dengan Hormat.

Perkenankanlah saya mengganggu waktu istirahat Bapak/Ibu/Sdr/i memohonkan kesediaan untuk meluangkan waktu memberikan tanggapan atas pertanyaan-pertanyaan dari kuesioner yang bersama ini saya lampirkan.

Perlu kiranya diketahui bahwa maksud dan tujuan dari penelitian ini semata-mata untuk tujuan ilmiah yaitu untuk menyusun skripsi dengan judul: “Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Pelayanan Rumah Sakit (Studi kasus di RSU Islam Harapan Anda Tegal)”, dalam rangka mengakhiri studi saya di jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Keikhlasan Bapak/Ibu/Sdr/I dalam mengisi kuesioner ini sangat penting bagi keberhasilan penelitian kami. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I dalam mengisi kuesioner ini saya mengucapkan terima kasih.

Mengetahui Pimpinan Rumah Sakit
“Harapan Anda”

Hormat saya,

Riski Puspasari

KUESIONER ANALISIS
PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT
PELAYANAN RUMAH SAKIT
(Studi Kasus di RSU Islam Harapan Anda Tegal)

Petunjuk pengisian :

Tulislah jawaban Bapak/Ibu/Sdr/I, berilah tanda silang (X) untuk jawaban yang menurut saudara sesuai.

1. Jenis kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia :
 - a. < 20 tahun
 - b. 21-30 tahun
 - c. 31-40 tahun
 - d. 41-50 tahun
 - e. > 50 tahun
3. Pekerjaan :
 - a. Pelajar / mahasiswa
 - b. Pegawai negeri
 - c. Pengusaha / wiraswasta
 - d. Pensiunan
 - e. Ibu rumah tangga dan lain-lain
4. Tingkat pendapatan :
 - a. ≤ Rp. 1.000.000
 - b. Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000
 - c. Rp. 2.000.001- Rp. 3.000.000
 - d. > Rp. 3.000.000



KUESIONER

Berilah tanda silang (x) untuk jawaban yang menurut saudara paling tepat

BUKTI LANGSUNG

1. Saudara merasa puas dengan fasilitas fisik yang ada di RSUD Islam Harapan Anda seperti toilet, ruangan, AC, ruang tunggu, tempat parkir, lingkungan dan tempat bermain?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu – ragu
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju
2. Saudara merasa puas dengan teknologi yang dimiliki RSUD Islam seperti alat-alat bedah, dan alat-alat yang berkaitan dengan kesehatan?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu – ragu
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju

KEANDALAN

1. Saudara merasa puas dengan informasi yang telah diberikan pihak rumah sakit?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu – ragu
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju
2. Anda merasa puas dengan tenaga medis dan karyawan dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu – ragu
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju

DAYA TANGGAP

1. Saudara merasa puas dengan cara penanganan rumah sakit dalam memecahkan masalah anda?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu – ragu
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju

2. Saudara puas dengan prosedur pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu – ragu
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju

JAMINAN

1. Saudara puas dengan usaha-usaha yang dilakukan rumah sakit dalam menjaga reputasinya?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu – ragu
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju

2. Saudara merasa puas dengan sikap simpatik, ramah, dan dapat berkomunikasi yang ditunjukkan oleh tenaga medis dan karyawan?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu – ragu
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju

EMPHATY

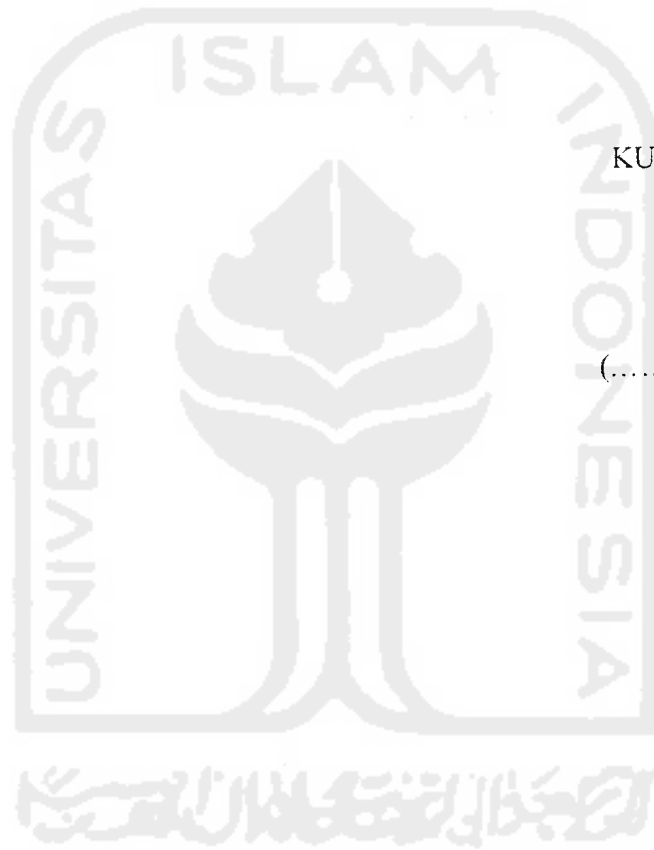
1. Saudara puas dengan perhatian/kepedulian yang diberikan pihak rumah sakit?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu – ragu
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju

2. Saudara puas dengan cara RSU Islam Harapan Anda dalam memberikan pelayanan yang tidak membedakan status maupun kedudukan saudara?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju

- c. Ragu – ragu
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

KEPUASAN KONSUMEN

1. Secara umum, apakah anda merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak RSU Islam Harapan Anda?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Ragu-ragu
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju



KUESIONER

(.....)

LAMPIRAN 3

Rekapitulasi Jawaban Responden



N	Profil Responden				Bukti Langsung		Keandalan	
	Gender	Usia	Pekerjaan	Pendapatan	1	2	1	2
1	2	2	1	1	4	4	5	4
2	1	1	1	2	4	4	4	4
3	2	2	1	2	4	4	4	4
4	1	3	2	1	4	4	4	4
5	2	4	3	2	4	4	4	4
6	1	5	2	1	4	2	4	2
7	1	3	2	1	3	2	2	3
8	2	4	5	2	1	1	2	2
9	1	4	4	3	3	4	4	3
10	2	5	5	4	4	4	4	4
11	2	4	2	2	5	4	4	3
12	1	4	3	2	4	4	4	4
13	1	1	1	2	4	4	4	4
14	1	4	4	1	3	2	2	1
15	2	4	3	3	4	5	5	5
16	1	3	3	2	5	4	4	4
17	1	4	3	2	4	4	2	2
18	2	4	5	2	5	5	5	5
19	1	5	2	4	4	4	3	2
20	2	1	1	2	4	4	4	4
21	2	1	1	2	4	4	2	2
22	2	4	4	3	4	4	4	4
23	1	4	5	2	2	2	2	2
24	2	3	2	1	2	2	2	2
25	1	4	3	2	5	4	4	5
26	2	5	2	1	4	4	4	3
27	1	4	3	2	5	4	4	5
28	2	4	2	2	4	4	4	4
29	2	2	1	2	4	5	4	4
30	2	4	2	3	4	4	4	4
31	1	3	4	1	4	4	4	4
32	1	5	3	1	4	4	4	4
33	2	5	3	2	4	4	3	3
34	1	4	2	1	4	5	4	3
35	2	5	2	2	4	4	5	4
36	1	5	3	2	3	4	3	4
37	2	5	4	1	3	3	3	3
38	1	4	3	2	3	4	4	4
39	1	5	5	2	3	4	4	3
40	1	1	1	2	4	4	3	5
41	2	3	2	1	3	4	4	4
42	2	2	1	2	5	4	4	4
43	2	3	3	3	4	3	3	3
44	2	5	5	2	3	4	4	4
45	1	5	5	2	4	4	4	4
46	1	3	5	2	4	4	4	4
47	2	5	4	2	5	5	5	5
48	1	5	2	3	4	4	5	5
49	1	5	2	4	4	4	4	4
50	2	5	3	1	5	5	3	3
51	1	5	3	2	5	5	5	5
52	2	4	3	2	5	5	5	3
53	1	2	1	2	5	4	4	4
54	2	4	2	1	4	4	2	2
55	2	3	3	2	4	4	4	4
56	2	4	5	4	4	4	2	2
57	1	3	2	2	4	4	4	4

N	Profil Responden				Bukti Langsung		Keandalan	
	Gender	Usia	Pekerjaan	Pendapatan	1	2	1	2
58	1	1	1	3	4	4	4	4
59	2	3	3	2	3	3	2	2
60	2	5	2	3	4	3	2	2
61	1	5	2	3	4	4	5	4
62	2	4	2	2	4	4	4	4
63	1	4	3	1	4	4	4	4
64	1	5	3	2	4	4	4	4
65	1	5	2	2	4	4	4	4
66	2	5	2	1	4	2	4	2
67	2	3	1	2	3	2	2	3
68	2	4	3	2	1	1	2	2
69	1	5	2	2	3	4	4	3
70	1	4	2	2	4	4	4	4
71	2	1	1	3	5	4	4	3
72	2	1	1	2	4	4	4	4
73	1	4	3	2	4	4	4	4
74	1	3	2	1	3	2	2	1
75	1	3	2	1	4	5	2	2
76	2	4	3	2	5	4	4	4
77	2	4	2	1	4	4	2	2
78	2	4	2	1	5	5	5	5
79	2	5	3	2	4	4	3	2
80	1	4	2	1	4	4	4	4
81	2	3	2	1	4	4	2	2
82	2	4	3	2	4	4	4	4
83	2	4	5	1	2	2	2	2
84	1	5	3	2	2	2	2	2
85	2	4	2	1	5	4	4	5
86	2	3	1	4	4	4	4	3
87	2	4	3	2	5	4	4	5
88	1	4	2	2	4	4	4	4
89	2	3	2	2	3	3	2	2
90	2	4	2	1	3	3	2	2
91	2	5	2	1	4	4	4	4
92	2	4	3	2	4	4	4	4
93	1	4	4	3	4	4	3	3
94	2	4	2	2	4	5	4	3
95	2	1	1	1	4	4	5	4
96	2	3	3	1	3	4	3	4
97	2	4	2	2	3	3	3	3
98	1	5	2	2	3	4	4	4
99	2	4	2	3	3	4	4	3
100	2	4	5	2	4	4	4	4

N	Daya Tanggap		Jaminan		Empati		Kepuasan
	1	2	1	2	1	2	
1	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	5	5	4	4	4
3	4	4	4	4	3	4	4
4	2	4	4	2	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4
6	2	3	3	4	4	3	4
7	3	2	3	4	4	3	3
8	2	2	3	2	3	2	1
9	4	3	4	4	4	3	3
10	4	5	3	3	3	2	4
11	4	4	4	4	4	3	5
12	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4
14	2	3	3	3	2	2	3
15	3	3	3	2	4	3	4
16	5	5	5	5	5	5	5
17	2	4	4	2	2	2	4
18	4	3	5	5	4	4	5
19	3	4	3	3	2	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	2	2	4	4	2
22	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	2	2	4	4	2
24	2	2	2	2	2	2	2
25	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4
27	5	5	4	4	5	5	4
28	4	4	5	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	5	4	4	4
33	3	3	3	4	3	3	3
34	3	3	4	3	4	3	4
35	5	4	4	5	4	3	5
36	3	3	3	3	3	3	3
37	3	3	3	3	3	3	3
38	3	3	4	3	3	3	4
39	3	3	3	3	3	3	4
40	4	5	4	4	5	5	3
41	3	4	4	4	4	4	3
42	4	4	4	4	4	4	4
43	3	3	2	3	3	3	3
44	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	2	4
46	4	4	4	4	4	4	4
47	5	5	5	5	5	5	5
48	5	5	4	5	5	4	5
49	4	4	4	4	4	4	4
50	2	3	3	3	2	2	2
51	5	5	5	5	5	5	5
52	4	4	4	4	5	4	4
53	3	4	4	4	4	5	3
54	2	2	4	4	2	2	2
55	2	2	4	4	4	4	2
56	4	2	2	4	4	4	4
57	4	4	4	4	4	4	4

N	Daya Tanggap		Jaminan		Empati		Kepuasan
	1	2	1	2	1	2	
58	2	2	4	4	4	4	2
59	4	4	4	4	2	3	2
60	4	3	2	2	2	2	2
61	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	5	5	4	4	5
63	4	4	4	4	3	4	4
64	2	4	4	2	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4	4
66	2	3	3	4	4	3	3
67	3	2	3	4	4	3	3
68	4	4	3	2	3	2	3
69	4	3	4	4	4	3	4
70	4	5	3	3	3	2	3
71	4	4	4	4	4	3	4
72	2	2	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4	4	4
74	2	3	3	3	2	2	3
75	3	3	3	2	2	2	3
76	3	3	5	5	5	5	5
77	2	4	4	2	2	2	4
78	4	3	5	5	4	4	5
79	3	4	3	3	2	4	3
80	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	2	2	4	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4
83	4	4	2	2	4	4	4
84	4	4	2	2	2	2	2
85	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4	4
87	3	4	5	5	5	5	5
88	4	4	5	4	4	4	4
89	4	4	3	3	3	3	2
90	4	4	3	3	3	3	2
91	4	4	4	4	4	4	4
92	2	2	4	5	4	4	4
93	3	3	3	4	3	3	3
94	3	3	4	3	4	3	4
95	5	4	4	5	4	3	4
96	3	3	3	3	3	3	3
97	3	3	3	3	3	3	3
98	3	3	4	3	3	3	3
99	3	3	3	3	3	3	3
100	3	2	5	5	5	5	5

LAMPIRAN 4

Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas



Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,870	2

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Bukti_1	3,83	,913	30
Bukti_2	3,67	,994	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Bukti_1	3,67	,989	,773	^a
Bukti_2	3,83	,833	,773	^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7,50	3,224	1,796	2

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,892	2

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keandalan_1	3,60	,968	30
Keandalan_2	3,43	1,104	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Keandalan_1	3,43	1,220	,812	^a
Keandalan_2	3,60	,938	,812	^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7,03	3,895	1,974	2

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

^a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,793	2

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Tanggap_1	3,57	,898	30
Tanggap_2	3,73	,785	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tanggap_1	3,73	,616	,662	^a
Tanggap_2	3,57	,806	,662	^a

^a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7,30	2,355	1,535	2

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,854	2

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Jaminan_1	3,70	,837	30
Jaminan_2	3,53	,973	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Jaminan_1	3,53	,947	,754	^a
Jaminan_2	3,70	,700	,754	^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7,23	2,875	1,695	2

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

^a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,831	2

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Empati_1	3,70	,794	30
Empati_2	3,57	,858	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Empati_1	3,57	,737	,713	^a
Empati_2	3,70	,631	,713	^a

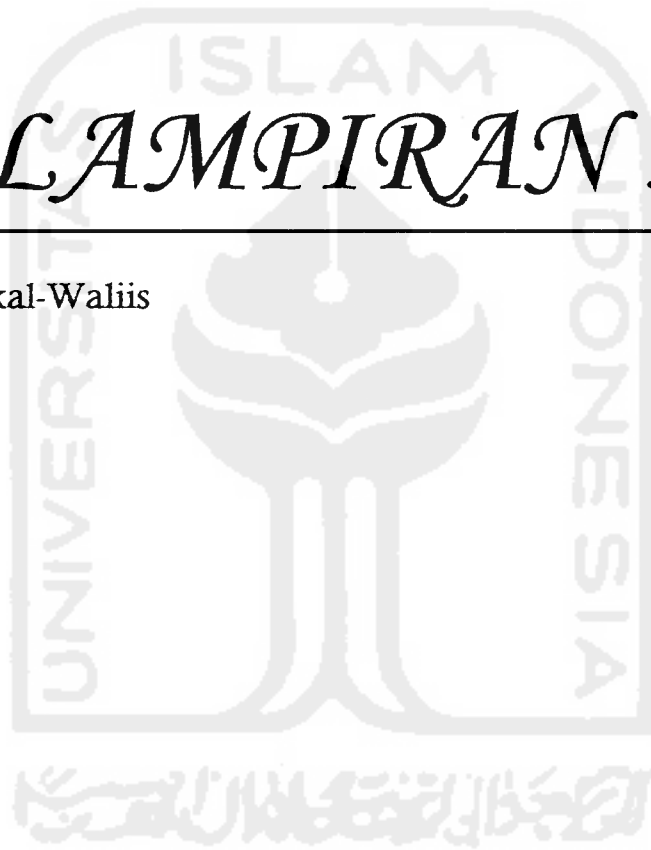
^a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7,27	2,340	1,530	2

LAMPIRAN 5

Hasil Uji Kruskal-Wallis



Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Bukti_1 * Gender	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Bukti_2 * Gender	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Andal_1 * Gender	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Andal_2 * Gender	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Tanggap_1 * Gender	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Tanggap_2 * Gender	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Jaminan_1 * Gender	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Jaminan_2 * Gender	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Empati_1 * Gender	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Empati_2 * Gender	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Kepuasan * Gender	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Bukti_1 * Usia	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Bukti_2 * Usia	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Andal_1 * Usia	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Andal_2 * Usia	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Tanggap_1 * Usia	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Tanggap_2 * Usia	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Jaminan_1 * Usia	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Jaminan_2 * Usia	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Empati_1 * Usia	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Empati_2 * Usia	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Kepuasan * Usia	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Bukti_1 * Pekerjaan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Bukti_2 * Pekerjaan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Andal_1 * Pekerjaan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Andal_2 * Pekerjaan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Tanggap_1 * Pekerjaan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Tanggap_2 * Pekerjaan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Jaminan_1 * Pekerjaan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Jaminan_2 * Pekerjaan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Empati_1 * Pekerjaan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Empati_2 * Pekerjaan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Kepuasan * Pekerjaan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Bukti_1 * Pendapatan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Bukti_2 * Pendapatan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Andal_1 * Pendapatan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Andal_2 * Pendapatan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Tanggap_1 * Pendapatan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Tanggap_2 * Pendapatan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Jaminan_1 * Pendapatan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Jaminan_2 * Pendapatan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Empati_1 * Pendapatan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Empati_2 * Pendapatan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Kepuasan * Pendapatan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Bukti_1 Bukti_2 Andal_1 Andal_2 Tanggap_1 Tanggap_2 Jaminan_1 Jaminan_2 Empati_1 Empati_2 Kepuasan * Gender

Gender		Bukti_1	Bukti_2	Andal_1	Andal_2	Tanggap_1	Tanggap_2
Laki-laki	Mean	3,81	3,79	3,65	3,56	3,53	3,77
	N	43	43	43	43	43	43
	Std. Deviation	,699	,773	,842	1,031	,882	,751
Perempuan	Mean	3,84	3,77	3,53	3,35	3,49	3,47
	N	57	57	57	57	57	57
	Std. Deviation	,902	,907	1,020	,991	,826	,804
Total	Mean	3,83	3,78	3,58	3,44	3,51	3,60
	N	100	100	100	100	100	100
	Std. Deviation	,817	,848	,945	1,008	,847	,791



Bukti_1 Bukti_2 Andal_1 Andal_2 Tanggap_1 Tanggap_2 Jaminan_1 Jaminan_2 Empati_1 Empati_2 Kepuasan * Gender

Gender		Jaminan_1	Jaminan_2	Empati_1	Empati_2	Kepuasan
Laki-laki	Mean	3,77	3,63	3,67	3,56	3,67
	N	43	43	43	43	43
	Std. Deviation	,684	,874	,865	,908	,715
Perempuan	Mean	3,63	3,67	3,63	3,49	3,60
	N	57	57	57	57	57
	Std. Deviation	,879	,951	,816	,826	,997
Total	Mean	3,69	3,65	3,65	3,52	3,63
	N	100	100	100	100	100
	Std. Deviation	,800	,914	,833	,858	,884

Bukti_1 Bukti_2 Andal_1 Andal_2 Tanggap_1 Tanggap_2 Jaminan_1 Jaminan_2 Empati_1 Empati_2 Kepuasan * Usia

Usia		Bukti_1	Bukti_2	Andal_1	Andal_2	Tanggap_1	Tanggap_2
<20 Tahun	Mean	4,11	4,00	3,78	3,78	3,67	3,67
	N	9	9	9	9	9	9
	Std. Deviation	,333	,000	,833	,833	1,000	1,000
21-30 Tahun	Mean	4,40	4,20	4,20	4,00	3,80	4,00
	N	5	5	5	5	5	5
	Std. Deviation	,548	,447	,447	,000	,447	,000
31-40 Tahun	Mean	3,56	3,44	3,00	3,06	3,28	3,39
	N	18	18	18	18	18	18
	Std. Deviation	,705	,922	,970	,998	,895	,916
41-50 Tahun	Mean	3,83	3,80	3,56	3,46	3,49	3,51
	N	41	41	41	41	41	41
	Std. Deviation	,998	,954	,976	1,098	,779	,779
>50 Tahun	Mean	3,81	3,81	3,81	3,44	3,59	3,78
	N	27	27	27	27	27	27
	Std. Deviation	,681	,786	,834	,974	,931	,698
Total	Mean	3,83	3,78	3,58	3,44	3,51	3,60
	N	100	100	100	100	100	100
	Std. Deviation	,817	,848	,945	1,008	,847	,791

Bukti_1 Bukti_2 Andal_1 Andal_2 Tanggap_1 Tanggap_2 Jaminan_1 Jaminan_2 Empati_1 Empati_2 Kepuasan * Usia

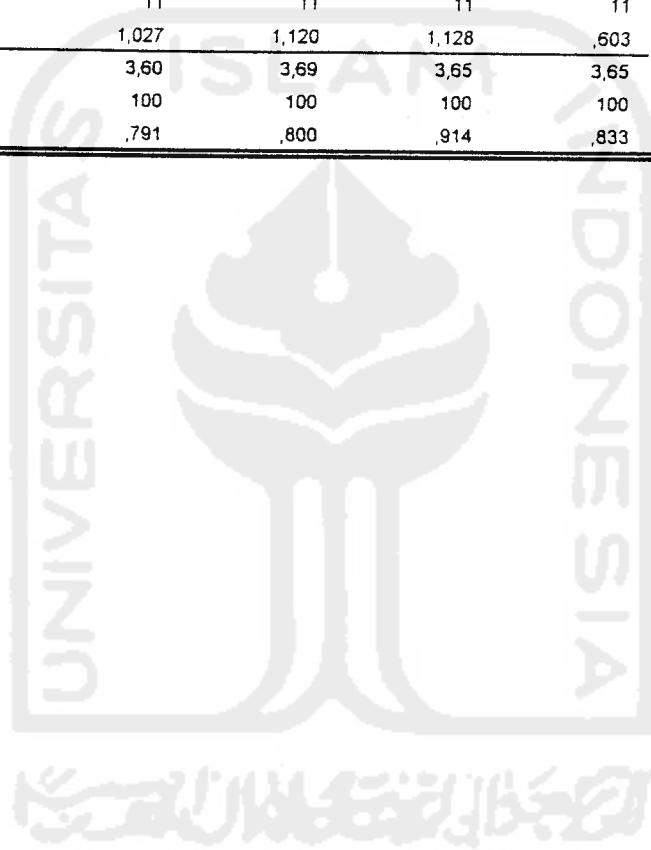
Usia		Jaminan_1	Jaminan_2	Empati_1	Empati_2	Kepuasan
<20 Tahun	Mean	3,89	4,00	4,11	3,89	3,44
	N	9	9	9	9	9
	Std. Deviation	,782	,866	,333	,601	,882
21-30 Tahun	Mean	4,00	4,00	3,80	4,20	3,80
	N	5	5	5	5	5
	Std. Deviation	,000	,000	,447	,447	,447
31-40 Tahun	Mean	3,39	3,39	3,44	3,39	3,22
	N	18	18	18	18	18
	Std. Deviation	,850	,916	,922	,850	,878
41-50 Tahun	Mean	3,83	3,63	3,71	3,51	3,78
	N	41	41	41	41	41
	Std. Deviation	,834	,968	,814	,898	,909
>50 Tahun	Mean	3,56	3,67	3,52	3,37	3,70
	N	27	27	27	27	27
	Std. Deviation	,751	,920	,935	,884	,869
Total	Mean	3,69	3,65	3,65	3,52	3,63
	N	100	100	100	100	100
	Std. Deviation	,800	,914	,833	,858	,884

Bukti_1 Bukti_2 Andal_1 Andal_2 Tanggap_1 Tanggap_2 Jaminan_1 Jaminan_2 Empati_1 Empati_2 Kepuasan * Pekerjaan

Pekerjaan		Bukti_1	Bukti_2	Andal_1	Andal_2	Tanggap_1
Pelajar	Mean	4,12	3,94	3,81	3,75	3,69
	N	16	16	16	16	16
	Std. Deviation	,500	,574	,834	,683	,793
Pegawai Negeri	Mean	3,79	3,74	3,53	3,21	3,45
	N	38	38	38	38	38
	Std. Deviation	,622	,828	1,006	1,044	,860
Pengusaha	Mean	3,96	3,89	3,61	3,68	3,43
	N	28	28	28	28	28
	Std. Deviation	,962	,832	,875	,983	,920
Pensiunan	Mean	3,71	3,71	3,57	3,29	3,57
	N	7	7	7	7	7
	Std. Deviation	,756	,951	,976	1,254	,976
Ibu Rumah Tangga	Mean	3,27	3,45	3,36	3,27	3,64
	N	11	11	11	11	11
	Std. Deviation	1,191	1,214	1,120	1,104	,674
Total	Mean	3,83	3,78	3,58	3,44	3,51
	N	100	100	100	100	100
	Std. Deviation	,817	,848	,945	1,008	,847

Bukti_1 Bukti_2 Andai_1 Andai_2 Tanggap_1 Tanggap_2 Jaminan_1 Jaminan_2 Empati_1 Empati_2 Kepuasan * Pekerjaan

Pekerjaan		Tanggap_2	Jaminan_1	Jaminan_2	Empati_1
Pelajar	Mean	3,69	3,88	4,00	4,00
	N	16	16	16	16
	Std. Deviation	,873	,619	,632	,365
Pegawai Negeri	Mean	3,58	3,66	3,53	3,50
	N	38	38	38	38
	Std. Deviation	,722	,781	,893	,830
Pengusaha	Mean	3,68	3,75	3,64	3,61
	N	28	28	28	28
	Std. Deviation	,772	,799	1,026	1,031
Pensiunan	Mean	3,57	3,71	3,86	3,57
	N	7	7	7	7
	Std. Deviation	,787	,756	,690	,976
Ibu Rumah Tangga	Mean	3,36	3,36	3,45	3,82
	N	11	11	11	11
	Std. Deviation	1,027	1,120	1,128	,603
Total	Mean	3,60	3,69	3,65	3,65
	N	100	100	100	100
	Std. Deviation	,791	,800	,914	,833



Bukti_1 Bukti_2 Andai_1 Andai_2 Tanggap_1 Tanggap_2 Jaminan_1 Jaminan_2 Empati_1 Empati_2 Kepuasan * Pekerjaan

Pekerjaan		Empati_2	Kepuasan
Pelajar	Mean	3,94	3,56
	N	16	16
	Std. Deviation	,574	,727
Pegawai Negeri	Mean	3,29	3,63
	N	38	38
	Std. Deviation	,768	,883
Pengusaha	Mean	3,64	3,64
	N	28	28
	Std. Deviation	,951	,911
Pensiunan	Mean	3,43	3,57
	N	7	7
	Std. Deviation	,976	,787
Ibu Rumah Tangga	Mean	3,45	3,73
	N	11	11
	Std. Deviation	1,036	1,191
Total	Mean	3,52	3,63
	N	100	100
	Std. Deviation	,858	,884

Bukti_1 Bukti_2 Andai_1 Andai_2 Tanggap_1 Tanggap_2 Jaminan_1 Jaminan_2 Empati_1 Empati_2 Kepuasan * Pendapatan

Pendapatan		Bukti_1	Bukti_2	Andai_1	Andai_2	Tanggap_1
<Rp.1.000.000	Mean	3,71	3,57	3,29	3,04	3,18
	N	28	28	28	28	28
	Std. Deviation	,763	1,034	1,084	1,138	,945
Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	Mean	3,85	3,84	3,67	3,65	3,64
	N	55	55	55	55	55
	Std. Deviation	,931	,834	,862	,907	,802
Rp.2.001.000-Rp.3.000.000	Mean	3,92	3,92	3,92	3,58	3,58
	N	12	12	12	12	12
	Std. Deviation	,515	,515	,900	,900	,793
>Rp.3.000.000	Mean	4,00	4,00	3,40	3,00	3,80
	N	5	5	5	5	5
	Std. Deviation	,000	,000	,894	1,000	,447
Total	Mean	3,83	3,78	3,58	3,44	3,51
	N	100	100	100	100	100
	Std. Deviation	,817	,848	,945	1,008	,847

Bukti_1 Bukti_2 Andal_1 Andal_2 Tanggap_1 Tanggap_2 Jaminan_1 Jaminan_2 Empati_1 Empati_2 Kepuasan * Pendapatan

Pendapatan		Tanggap_2	Jaminan_1	Jaminan_2	Empati_1
<Rp.1.000.000	Mean	3,43	3,46	3,43	3,36
	N	28	28	28	28
	Std. Deviation	,690	,744	,959	,870
Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	Mean	3,71	3,91	3,78	3,82
	N	55	55	55	55
	Std. Deviation	,809	,776	,917	,796
Rp.2.001.000-Rp.3.000.000	Mean	3,42	3,42	3,58	3,67
	N	12	12	12	12
	Std. Deviation	,793	,793	,900	,778
>Rp.3.000.000	Mean	3,80	3,20	3,60	3,40
	N	5	5	5	5
	Std. Deviation	1,095	,837	,548	,894
Total	Mean	3,60	3,69	3,65	3,65
	N	100	100	100	100
	Std. Deviation	,791	,800	,914	,833



Bukti_1 Bukti_2 Andal_1 Andal_2 Tanggap_1 Tanggap_2 Jaminan_1 Jaminan_2 Empati_1 Empati_2 Kepuasan * Pendapatan

Pendapatan		Empati_2	Kepuasan
<Rp.1.000.000	Mean	3,21	3,46
	N	28	28
	Std. Deviation	,833	,793
Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	Mean	3,71	3,73
	N	55	55
	Std. Deviation	,875	,952
Rp.2.001.000-Rp.3.000.000	Mean	3,33	3,42
	N	12	12
	Std. Deviation	,651	,900
>Rp.3.000.000	Mean	3,60	4,00
	N	5	5
	Std. Deviation	,894	,000
Total	Mean	3,52	3,63
	N	100	100
	Std. Deviation	,858	,684



NPar Tests

Descriptive Statistics

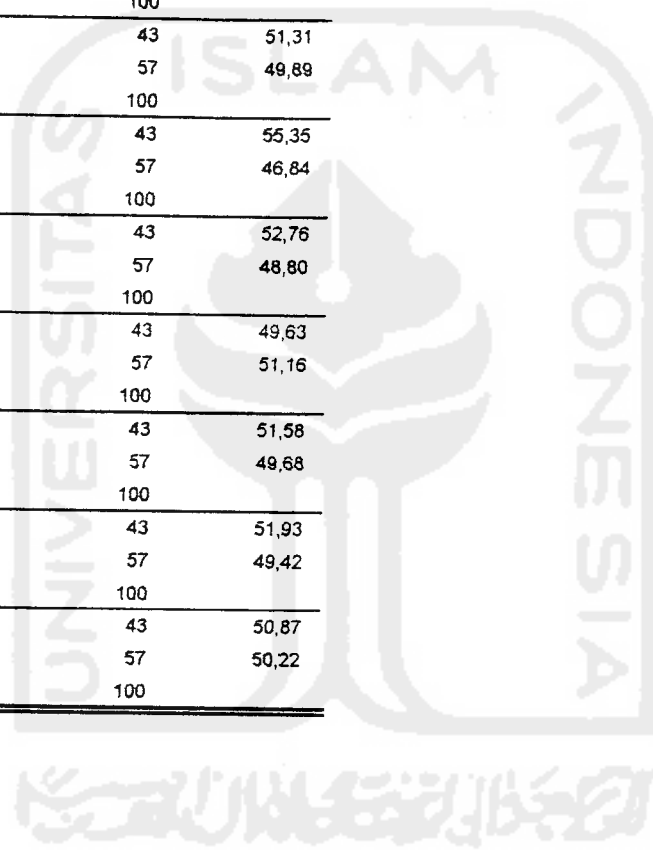
	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Bukti_1	100	3,83	,817	1	5
Bukti_2	100	3,78	,848	1	5
Andal_1	100	3,58	,945	2	5
Andal_2	100	3,44	1,008	1	5
Tanggap_1	100	3,51	,847	2	5
Tanggap_2	100	3,60	,791	2	5
Jaminan_1	100	3,69	,800	2	5
Jaminan_2	100	3,65	,914	2	5
Empati_1	100	3,65	,833	2	5
Empati_2	100	3,52	,858	2	5
Kepuasan	100	3,63	,884	1	5
Gender	100	1,57	,498	1	2

Kruskal-Wallis Test



Ranks

	Gender	N	Mean Rank
Bukti_1	Laki-laki	43	48,85
	Perempuan	57	51,75
	Total	100	
Bukti_2	Laki-laki	43	50,77
	Perempuan	57	50,30
	Total	100	
Andal_1	Laki-laki	43	52,07
	Perempuan	57	49,32
	Total	100	
Andal_2	Laki-laki	43	54,37
	Perempuan	57	47,58
	Total	100	
Tanggap_1	Laki-laki	43	51,31
	Perempuan	57	49,89
	Total	100	
Tanggap_2	Laki-laki	43	55,35
	Perempuan	57	46,84
	Total	100	
Jaminan_1	Laki-laki	43	52,76
	Perempuan	57	48,80
	Total	100	
Jaminan_2	Laki-laki	43	49,63
	Perempuan	57	51,16
	Total	100	
Empati_1	Laki-laki	43	51,58
	Perempuan	57	49,68
	Total	100	
Empati_2	Laki-laki	43	51,93
	Perempuan	57	49,42
	Total	100	
Kepuasan	Laki-laki	43	50,87
	Perempuan	57	50,22
	Total	100	



Test Statistics^{a,b}

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Bukti_1	,312	1	,577
Bukti_2	,010	1	,921
Andal_1	,275	1	,600
Andal_2	1,529	1	,216
Tanggap_1	,071	1	,789
Tanggap_2	2,588	1	,108
Jaminan_1	,553	1	,457
Jaminan_2	,079	1	,778
Empati_1	,132	1	,717
Empati_2	,214	1	,644
Kepuasan	,015	1	,903

Table Caption

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Gender

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Bukti_1	100	3,83	,817	1	5
Bukti_2	100	3,78	,848	1	5
Andal_1	100	3,58	,945	2	5
Andal_2	100	3,44	1,008	1	5
Tanggap_1	100	3,51	,847	2	5
Tanggap_2	100	3,60	,791	2	5
Jaminan_1	100	3,69	,800	2	5
Jaminan_2	100	3,65	,914	2	5
Empati_1	100	3,65	,833	2	5
Empati_2	100	3,52	,858	2	5
Kepuasan	100	3,63	,884	1	5
Usia	100	3,72	1,181	1	5

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	Usia	N	Mean Rank
Bukti_1	<20 Tahun	9	59,17
	21-30 Tahun	5	70,00
	31-40 Tahun	18	39,11
	41-50 Tahun	41	52,45

Ranks

	Usia	N	Mean Rank
Bukti_1	>50 Tahun	27	48,63
	Total	100	
Bukti_2	<20 Tahun	9	54,50
	21-30 Tahun	5	62,80
	31-40 Tahun	18	39,89
	41-50 Tahun	41	52,52
	>50 Tahun	27	50,93
	Total	100	
Andal_1	<20 Tahun	9	55,44
	21-30 Tahun	5	67,80
	31-40 Tahun	18	35,00
	41-50 Tahun	41	50,46
	>50 Tahun	27	56,04
	Total	100	
Andal_2	<20 Tahun	9	59,67
	21-30 Tahun	5	66,00
	31-40 Tahun	18	40,36
	41-50 Tahun	41	51,30
	>50 Tahun	27	50,11
	Total	100	
Tanggap_1	<20 Tahun	9	57,33
	21-30 Tahun	5	59,30
	31-40 Tahun	18	42,83
	41-50 Tahun	41	49,78
	>50 Tahun	27	52,80
	Total	100	
Tanggap_2	<20 Tahun	9	55,39
	21-30 Tahun	5	65,00
	31-40 Tahun	18	44,64
	41-50 Tahun	41	47,49
	>50 Tahun	27	54,67
	Total	100	
Jaminan_1	<20 Tahun	9	58,89
	21-30 Tahun	5	61,50
	31-40 Tahun	18	40,75
	41-50 Tahun	41	55,13
	>50 Tahun	27	45,13
	Total	100	

Ranks

	Usia	N	Mean Rank
Jaminan_2	<20 Tahun	9	61,89
	21-30 Tahun	5	60,50
	31-40 Tahun	18	42,86
	41-50 Tahun	41	50,26
	>50 Tahun	27	50,31
	Total	100	
Empati_1	<20 Tahun	9	65,28
	21-30 Tahun	5	53,80
	31-40 Tahun	18	44,86
	41-50 Tahun	41	51,88
	>50 Tahun	27	46,63
	Total	100	
Empati_2	<20 Tahun	9	61,78
	21-30 Tahun	5	72,80
	31-40 Tahun	18	46,11
	41-50 Tahun	41	50,49
	>50 Tahun	27	45,56
	Total	100	
Kepuasan	<20 Tahun	9	45,72
	21-30 Tahun	5	54,50
	31-40 Tahun	18	37,11
	41-50 Tahun	41	55,67
	>50 Tahun	27	52,43
	Total	100	

Test Statistics^{a, b}

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Bukti_1	7,827	4	,098
Bukti_2	5,584	4	,232
Andal_1	10,164	4	,038
Andal_2	5,190	4	,268
Tanggap_1	2,894	4	,576
Tanggap_2	3,977	4	,409
Jaminan_1	6,641	4	,156
Jaminan_2	3,758	4	,440
Empati_1	4,595	4	,331
Empati_2	6,418	4	,170
Kepuasan	6,683	4	,154

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Usia

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Bukti_1	100	3,83	,817	1	5
Bukti_2	100	3,78	,848	1	5
Andal_1	100	3,58	,945	2	5
Andal_2	100	3,44	1,008	1	5
Tanggap_1	100	3,51	,847	2	5
Tanggap_2	100	3,60	,791	2	5
Jaminan_1	100	3,69	,800	2	5
Jaminan_2	100	3,65	,914	2	5
Empati_1	100	3,65	,833	2	5
Empati_2	100	3,52	,858	2	5
Kepuasan	100	3,63	,884	1	5
Pekerjaan	100	2,59	1,173	1	5

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	Pekerjaan	N	Mean Rank
Bukti_1	Pelajar	16	59,59
	Pegawai Negeri	38	47,39
	Pengusaha	28	56,43
	Pensiunan	7	43,64
	Ibu Rumah Tangga	11	37,27
	Total	100	
Bukti_2	Pelajar	16	54,09
	Pegawai Negeri	38	48,53
	Pengusaha	28	53,96
	Pensiunan	7	48,07
	Ibu Rumah Tangga	11	44,82
	Total	100	
Andal_1	Pelajar	16	56,88
	Pegawai Negeri	38	49,63
	Pengusaha	28	50,21
	Pensiunan	7	49,00
	Ibu Rumah Tangga	11	45,91
	Total	100	
Andal_2	Pelajar	16	58,31
	Pegawai Negeri	38	44,30
	Pengusaha	28	57,00
	Pensiunan	7	46,79
	Ibu Rumah Tangga	11	46,36
	Total	100	

Ranks

	Pekerjaan	N	Mean Rank
Tanggap_1	Pelajar	16	56,75
	Pegawai Negeri	38	48,68
	Pengusaha	28	47,39
	Pensiunan	7	51,93
	Ibu Rumah Tangga	11	54,68
	Total	100	
Tanggap_2	Pelajar	16	55,91
	Pegawai Negeri	38	49,21
	Pengusaha	28	52,59
	Pensiunan	7	46,36
	Ibu Rumah Tangga	11	44,41
	Total	100	
Jaminan_1	Pelajar	16	57,56
	Pegawai Negeri	38	49,08
	Pengusaha	28	52,30
	Pensiunan	7	49,29
	Ibu Rumah Tangga	11	41,32
	Total	100	
Jaminan_2	Pelajar	16	61,28
	Pegawai Negeri	38	46,42
	Pengusaha	28	50,59
	Pensiunan	7	55,14
	Ibu Rumah Tangga	11	45,73
	Total	100	
Empati_1	Pelajar	16	61,22
	Pegawai Negeri	38	46,28
	Pengusaha	28	49,43
	Pensiunan	7	47,57
	Ibu Rumah Tangga	11	54,09
	Total	100	
Empati_2	Pelajar	16	63,50
	Pegawai Negeri	38	43,13
	Pengusaha	28	54,25
	Pensiunan	7	46,43
	Ibu Rumah Tangga	11	50,09
	Total	100	
Kepuasan	Pelajar	16	48,16
	Pegawai Negeri	38	50,22
	Pengusaha	28	50,82
	Pensiunan	7	45,21
	Ibu Rumah Tangga	11	57,41
	Total	100	

Test Statistics^{a,b}

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Bukti_1	7,470	4	,113
Bukti_2	1,974	4	,741
Andal_1	1,374	4	,849
Andal_2	5,278	4	,260
Tanggap_1	1,751	4	,782
Tanggap_2	1,724	4	,786
Jaminan_1	2,743	4	,602
Jaminan_2	3,996	4	,407
Empati_1	4,111	4	,391
Empati_2	7,304	4	,121
Kepuasan	1,156	4	,885

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Pekerjaan

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Bukti_1	100	3,83	,817	1	5
Bukti_2	100	3,78	,848	1	5
Andal_1	100	3,58	,945	2	5
Andal_2	100	3,44	1,008	1	5
Tanggap_1	100	3,51	,847	2	5
Tanggap_2	100	3,60	,791	2	5
Jaminan_1	100	3,69	,800	2	5
Jaminan_2	100	3,65	,914	2	5
Empati_1	100	3,65	,833	2	5
Empati_2	100	3,52	,858	2	5
Kepuasan	100	3,63	,884	1	5
Pendapatan	100	1,94	,776	1	4

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	Pendapatan	N	Mean Rank
Bukti_1	<Rp. 1.000.000	28	45,66
	Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000	55	52,31
	Rp. 2.001.000-Rp. 3.000.000	12	51,63
	>Rp. 3.000.000	5	55,00
Total		100	

Ranks

	Pendapatan	N	Mean Rank
Bukti_2	<Rp.1.000.000	28	45,79
	Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	55	52,33
	Rp.2.001.000-Rp.3.000.000	12	51,46
	>Rp.3.000.000	5	54,50
	Total	100	
Andal_1	<Rp.1.000.000	28	43,14
	Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	55	52,82
	Rp.2.001.000-Rp.3.000.000	12	59,67
	>Rp.3.000.000	5	44,20
	Total	100	
Andal_2	<Rp.1.000.000	28	40,54
	Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	55	56,22
	Rp.2.001.000-Rp.3.000.000	12	52,67
	>Rp.3.000.000	5	38,20
	Total	100	
Tanggap_1	<Rp.1.000.000	28	41,02
	Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	55	54,25
	Rp.2.001.000-Rp.3.000.000	12	51,79
	>Rp.3.000.000	5	59,30
	Total	100	
Tanggap_2	<Rp.1.000.000	28	44,21
	Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	55	54,64
	Rp.2.001.000-Rp.3.000.000	12	42,46
	>Rp.3.000.000	5	59,50
	Total	100	
Jaminan_1	<Rp.1.000.000	28	42,52
	Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	55	57,84
	Rp.2.001.000-Rp.3.000.000	12	42,21
	>Rp.3.000.000	5	34,40
	Total	100	
Jaminan_2	<Rp.1.000.000	28	43,98
	Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	55	54,59
	Rp.2.001.000-Rp.3.000.000	12	48,63
	>Rp.3.000.000	5	46,50
	Total	100	
Empati_1	<Rp.1.000.000	28	42,38
	Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	55	55,40
	Rp.2.001.000-Rp.3.000.000	12	50,17
	>Rp.3.000.000	5	42,90
	Total	100	

Ranks

	Pendapatan	N	Mean Rank
Empati_2	<Rp. 1.000.000	28	41,39
	Rp. 1.000.000-Rp.2.000.000	55	56,33
	Rp.2.001.000-Rp.3.000.000	12	43,08
	>Rp.3.000.000	5	55,20
	Total	100	
Kepuasan	<Rp. 1.000.000	28	44,66
	Rp. 1.000.000-Rp.2.000.000	55	54,04
	Rp.2.001.000-Rp.3.000.000	12	43,13
	>Rp.3.000.000	5	62,00
	Total	100	

Test Statistics^{a,b}

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Bukti_1	1,444	3	,695
Bukti_2	1,629	3	,653
Andal_1	4,466	3	,215
Andal_2	7,289	3	,063
Tanggap_1	5,272	3	,153
Tanggap_2	4,710	3	,194
Jaminan_1	9,893	3	,020
Jaminan_2	3,083	3	,379
Empati_1	5,170	3	,160
Empati_2	6,864	3	,076
Kepuasan	4,196	3	,241

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Pendapatan

DF	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
1	1,3233	2,7055	3,8415	5,0239	6,6349	7,8794
2	2,7726	4,8052	5,9915	7,3778	9,2104	10,5865
3	4,1083	6,2514	7,8147	9,3484	16,8119	12,8381
4	5,3853	7,7794	9,4877	11,1433	13,2767	14,8602
5	6,6257	9,2363	11,0705	12,8325	15,0883	16,7496
6	7,8408	10,6446	12,5916	14,4494	16,8119	18,5475
7	9,0371	12,0170	14,0671	16,0128	18,4753	20,2777
8	10,2189	13,3618	15,5073	17,5345	20,0902	21,9549
9	11,3887	14,6837	16,9190	19,0228	21,6660	23,5893
10	12,5489	15,9872	18,3070	20,4832	23,2093	25,1881
11	13,7007	17,2750	19,6752	21,9200	24,7250	26,7589
12	14,8454	18,5493	21,0261	23,3367	26,2170	28,2898
13	15,9839	19,8119	22,3620	24,7356	27,6882	29,8193
14	17,1169	21,0641	23,6848	26,1189	29,1412	31,3194
15	18,2451	22,3071	24,9958	27,4884	30,5780	32,8015
16	19,3689	23,5418	26,2962	28,8453	31,9999	34,2671
17	20,4887	24,7690	27,5871	30,1910	33,4087	35,7184
18	21,6049	25,9894	28,8693	31,5284	34,8052	37,1564
19	22,7178	27,2036	30,1435	32,8523	36,1908	38,5821
20	23,8277	28,4120	31,4104	34,1696	37,5663	39,9969
21	24,9348	29,6151	32,6706	35,4789	38,9322	41,4009
22	26,0393	30,8133	33,9245	36,7807	40,2894	42,7957
23	27,1413	32,0069	35,1725	38,0756	41,6383	44,1814
24	28,2412	33,1962	36,4150	39,3641	42,9798	45,5584
25	29,3388	34,3816	37,6525	40,6465	44,3140	46,9280
26	30,4346	35,5632	38,8851	41,9231	45,6416	48,2898
27	31,5284	36,7412	40,1133	43,1945	46,9628	49,6450
28	32,6205	37,9159	41,3372	44,4608	48,2782	50,9936
29	33,7109	39,0875	42,5569	45,7223	49,5878	52,3355
30	34,7997	40,2560	43,7730	46,9792	50,8922	53,6719
31	35,8871	41,4217	44,9853	48,2319	52,1914	55,0025
32	36,9730	42,5847	46,1942	49,4804	53,4857	56,3280
33	38,0575	43,7452	47,3999	50,7251	54,7754	57,6483
34	39,1408	44,9032	48,6024	51,9660	56,0609	58,9637
35	40,2228	46,0588	49,8018	53,2033	57,3420	60,2746
36	41,3036	47,2122	50,9985	54,4373	58,6192	61,5811
37	42,3833	48,3634	52,1923	55,6680	59,8926	62,8832
38	43,4619	49,5126	53,3835	56,8955	61,1620	64,1812
39	44,5395	50,6598	54,5722	58,1201	62,4281	65,4753
40	45,6160	51,8050	55,7585	59,3417	63,6908	66,7660
41	46,6916	52,9485	56,9424	60,5606	64,9500	68,0526
42	47,7662	54,0902	58,1240	61,7767	66,2063	69,3360
43	48,8400	55,2302	59,3035	62,9903	67,4593	70,6157
44	49,9129	56,3685	60,4809	64,2014	68,7096	71,8923
45	50,9849	57,5053	61,6562	65,4101	69,9569	73,1660
46	52,0562	58,6405	62,8296	66,6165	71,2015	74,4367
47	53,1267	59,7743	64,0011	67,8206	72,4432	75,7039
48	54,1964	60,9066	65,1708	69,0226	73,6826	76,9689
49	55,2653	62,0375	66,3387	70,2224	74,9194	78,2306
50	56,3336	63,1671	67,5048	71,4202	76,1538	79,4898
51	57,4012	64,2954	68,6693	72,6160	77,3860	80,7465
52	58,4681	65,4224	69,8322	73,8099	78,6156	82,0006
53	59,5343	66,5482	70,9934	75,0019	79,8434	83,2525
54	60,6000	67,6728	72,1532	76,1921	81,0688	84,5018
55	61,6650	68,7962	73,3115	77,3804	82,2920	85,7481
56	62,7294	69,9185	74,4683	78,5671	83,5136	86,9940
57	63,7933	71,0397	75,6237	79,7522	84,7327	88,2366
58	64,8565	72,1598	76,7778	80,9356	85,9501	89,4770
59	65,9193	73,2789	77,9305	82,1174	87,1658	90,7153
60	66,9815	74,3970	79,0820	83,2977	88,3794	91,9518