

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI RUMAH SAKIT PERTAMINA CILACAP**

SKRIPSI



ditulis oleh

Nama : Prima Arya Maulana

Nomor Mahasiswa : 02311294

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2006

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI RUMAH SAKIT PERTAMINA CILACAP**

SKRIPSI



ditulis oleh

Nama : Prima Arya Maulana

Nomor Mahasiswa : 02311294

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2006

**Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Sakit
Pertamina Cilacap**

SKRIPSI

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



oleh

Nama : Prima Arya Maulana
Nomor Mahasiswa : 02311294
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

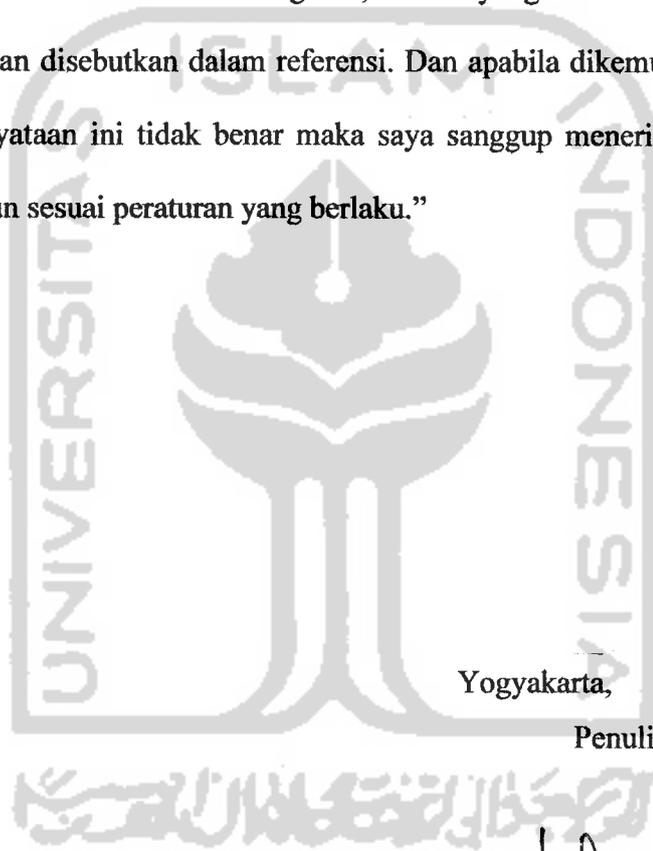
FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2006

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”



Yogyakarta, Juli 2006

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Prima Arya Maulana'.

Prima Arya Maulana

**Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Sakit
Pertamina Cilacap**

Nama : Prima Arya Maulana
Nomor Mahasiswa : 02311294
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, Juli 2006

Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,



Drs. H. Murwanto Sigit, MBA

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di
Rumah Sakit Pertamina Cilacap**

Disusun Oleh: PRIMA ARYA MAULANA
Nomor mahasiswa: 02311294

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS
Pada tanggal : 15 September 2006

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Murwanto Sigit, MBA

Penguji : Dra. Budi Astuti, M.Si



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia




Drs. Asma'ul Ishak, M.Bus, Ph.D

Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Sakit Pertamina Cilacap

ABSTRAK

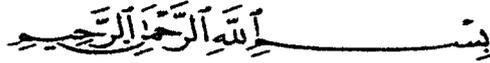
Seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat dalam pelayanan akan kesehatan saat ini mendorong munculnya perusahaan-perusahaan baru di bidang pelayanan kesehatan dalam hal ini adalah rumah sakit. Dengan bertambahnya jasa rumah sakit yang ada maka pengusaha dihadapkan pada persaingan untuk mendapatkan konsumen akhir. Untuk menghadapinya maka perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik guna menjaga agar konsumen tetap puas dan setia terhadap pelayanan yang diberikan. Karena saat ini pelayanan rumah sakit tidak hanya pada pelayanan medis semata melainkan memerlukan upaya yang sungguh-sungguh dari berbagai pihak demi terciptanya kepuasan akan pelayanan yang diharapkan. Oleh karena itu pihak rumah sakit harus mengetahui bagaimana kinerja mereka bisa diterima oleh konsumennya sehingga perusahaan dapat mengetahui langkah-langkah apa saja yang harus dipertahankan atau diperbaiki. Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “ Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Sakit Pertamina Cilacap”.

Metode analisis yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah metode analisis Regresi Berganda. Sampel yang diambil sebagai responden adalah pasien yang pernah dirawat di Rumah Sakit Pertamina Cilacap.

Dari penelitian yang telah dilakukan, mayoritas responden berumur lebih dari 30 tahun, berdasarkan gender mayoritas responden berjenis kelamin wanita, berdasarkan pendidikan mayoritas responden berpendidikan terakhir perguruan tinggi, serta berdasarkan tingkat penghasilan mayoritas responden berpenghasilan di atas 2 juta. Secara keseluruhan, disimpulkan bahwa kelima variabel bebas penelitian mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Sakit Pertamina Cilacap. Serta tingkat kepuasan konsumen tertinggi terdapat pada dimensi tangibles. Hal ini dapat diketahui pada koefisien determinasi (r^2) dengan nilai sebesar 0,245 dan dimensi kualitas pelayanan yang perlu diprioritaskan atau diperbaiki adalah dimensi assurance dan empathy dengan masing-masing nilai 0,076 dan 0,047. Dari kesimpulan tersebut pihak Rumah Sakit Pertamina Cilacap harus dapat meningkatkan kinerjanya pada dimensi-dimensi tersebut agar kepuasan konsumen dapat tercapai.

Saran yang diberikan adalah agar pihak rumah sakit mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas pelayanan khususnya variabel tangibles karena mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen. Serta memperhatikan juga variabel empathy karena merupakan variabel yang paling rendah pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen dengan memberikan perhatian yang lebih kepada pasien tanpa membedakan status sosialnya.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum wr. wb.

Alhamdulillah rabbil 'alamin dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Adapun dalam penyusunan skripsi yang berjudul "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH SAKIT PERTAMINA CILACAP" ini diajukan guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia di Yogyakarta.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Ucapan terima kasih ditujukan kepada :

1. Bapak Drs. Asmai Ishak, M.Bus., Ph.D selaku Dekan FE UII
2. Bapak Drs. Murwanto Sigit, MBA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, motivasi, saran dengan tulus ikhlas serta kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
3. Papah dan Mamah tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayang, dorongan, serta doa yang tiada henti yang selalu mengiringi setiap langkahku.

4. Adik-adikku tersayang Randhy dan Anissa yang telah memberikanku semangat dan perhatian
5. Mbah Rejowinangun dan teman-teman kos Ringin Raya 17 : Arif, Bram, Engkin, Gunawan, Andri, Eko, Asep, Bayu, Soni, dan Awih
6. Teman-teman baruku di kos Sambirejo : Ari, Budi, Rengga, Bowo, Anjas, Mamat, Ipul, Raymon, dan Riza
7. Teman-teman malamku di Kali Code : Muhlis, Kinoy, Ari, Pram, Encup, Ipuk, Kemal, Imah, dan semua pengamen yang ada di sana. Tebalnya dingin malam takkan pernah mampu surutkan tawa canda dan kebersamaan kita. I Love You All...
8. Weny Maharani yang selalu memberikanku kasih sayang serta tiada hentinya mengingatkanku untuk menyelesaikan skripsi ini
9. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini

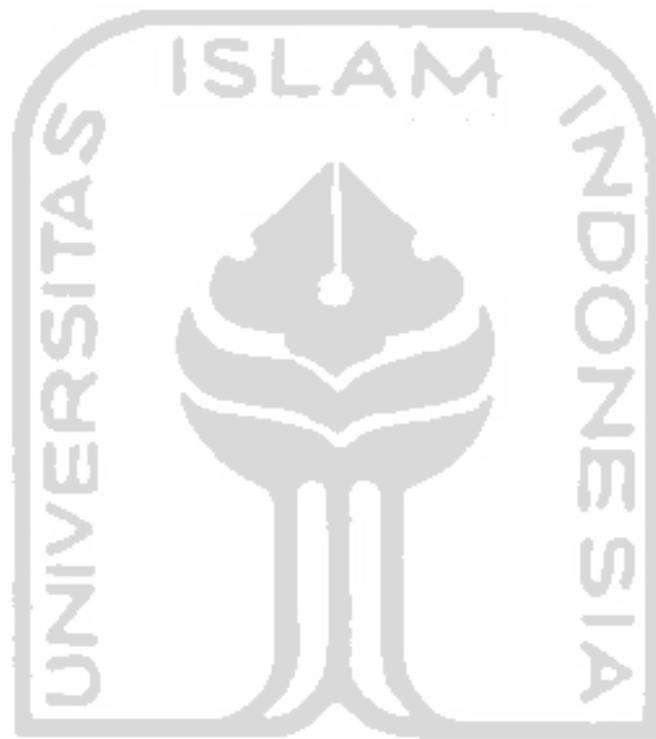
Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua dan mampu memberikan sedikit sumbangan bagi ilmu pengetahuan.

Wassalamualaikum wr. wb.

Yogyakarta, Juli 2006

Penulis

PERSEMBAHAN



Seiring puji syukur kehadiran ALLAH SWT,

Skripsi ini kusembahkan untuk:

- ❖ *Papah dan Mamah tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayang, dorongan, serta doa yang tiada henti*
- ❖ *Adik-adikeku tersayang Randhy dan Anissa*
- ❖ *Sahabat dan teman-temanku semua*

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Sampul Depan Skripsi	ii
Halaman Judul Skripsi	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iv
Halaman Pengesahan Skripsi	v
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	vi
Abstrak	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	8

2.3	Hipotesis	22
-----	-----------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi Penelitian	23
3.2	Variabel Penelitian	23
3.3	Definisi Operasional Variabel	24
3.4	Instrumen Penelitian	25
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data	28
3.6	Populasi dan Sampel	29
3.7	Alat Analisis	30

BAB IV ANALISIS DATA

4.1	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	32
4.2	Analisis Karakteristik Responden	34
4.3	Data dan Analisis	37
4.4	Pembahasan	51

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	55
5.2	Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Hasil Uji Validitas	32
4.2 Hasil Uji Reliabilitas	33
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
4.5 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	35
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	36
4.7 Penilaian Variabel Bukti Langsung (X1)	37
4.8 Penilaian Variabel Keandalan (X2)	38
4.9 Penilaian Variabel Daya Tanggap (X3)	39
4.10 Penilaian Variabel Jaminan (X4)	40
4.11 Penilaian Variabel Empati (X5)	40
4.12 Penilaian Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	41
4.13 Estimasi Regresi Linear Berganda	43
4.14 Koefisien Determinasi Parsial	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	14



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- 1. Rekapitulasi Data Penelitian 100 Responden**
- 2. Data Rata-rata Penelitian 100 Responden**
- 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X**
 - 3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Bukti Langsung (X1)**
 - 3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keandalan (X2)**
 - 3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Daya Tanggap (X3)**
 - 3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Jaminan (X4)**
 - 3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Empati (X5)**
- 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**
- 5. Hasil Analisis Regresi**
- 6. Tabel Hitung**
 - 6.1 Tabel Distribusi t**
 - 6.2 Tabel Pearson Product Moment Correlations Pada Alpha 5%**
 - 6.3 Tabel F Pada Alpha 5%**
- 7. Daftar Pertanyaan Yang Diajukan Kepada Responden**
- 8. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian**

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Sejalan dengan perkembangan ilmu dan teknologi saat ini menjadikan tingkat persaingan dalam dunia usaha semakin meningkat. Konsumen dihadapkan pada berbagai macam bentuk pilihan terhadap jenis produk dan pelayanan serta konsumen bebas untuk menentukan pilihannya. Keadaan tersebut menuntut konsumen untuk lebih selektif dalam memilih sehingga sangat penting bagi perusahaan untuk memikirkan strategi pemasaran yang terbaik sehingga konsumen dapat merasakan kepuasan dari produk atau pelayanan yang diberikan.

Perusahaan pada umumnya mempunyai tujuan yang sama yaitu adanya keberhasilan dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meningkatkan laba bagi perusahaan dan dapat terus berkembang. Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam mencapai tujuannya. Supaya usaha perusahaan berjalan lancar serta mendapatkan persepsi yang positif dari konsumen, maka kegiatan pemasaran harus dapat memenuhi kepuasan dari konsumen. Dengan demikian tugas seorang pemasar adalah meneliti kebutuhan konsumen yang selalu berubah dan mempengaruhi perusahaan untuk menyesuaikan hasil produksi yang berupa barang dan jasa dengan kebutuhan yang diperlukan.

Kualitas merupakan faktor utama yang harus dimiliki oleh suatu institusi dalam memberikan produknya, baik berupa barang ataupun jasa. Produk memiliki dua jenis yaitu yang bersifat barang dan jasa. Untuk jenis produk barang, kualitas dipersepsikan lebih dari bentuk fisik (*tangible*) produk yang bersangkutan, baik inti produk maupun kemasan (*packaging*) dari produk yang bersangkutan. Untuk jenis produk jasa, kualitas merupakan faktor utama karena pelayanan yang diberikan akan dapat langsung dirasakan oleh konsumen yang bersangkutan. Apabila pelayanan kurang berkesan di hati konsumen, maka konsumen akan berpindah ke institusi atau lembaga yang akan memberikan pelayanan yang lebih baik.

Kepuasan konsumen dalam bisnis jasa yang notabene konsumen akan langsung mendapati produknya yaitu berupa jasa pelayanan. Kualitas jasa yang baik akan membuat konsumen merasa puas, dan apabila konsumen merasa puas maka hal tersebut berarti apa yang diterima oleh konsumen sesuai dengan apa yang diharapkannya, dimana hal tersebut merupakan salah satu faktor yang dapat dijadikan sebagai alat untuk promosi. Promosi yang dilakukan oleh konsumen yang loyal akan memberikan tingkat efektifitas dan efisiensi yang lebih besar daripada promosi yang dilakukan melalui saluran-saluran promosi formal.

Dalam dinamika kehidupan manusia, kesehatan merupakan sesuatu hal yang sangat penting. Tanpa adanya kesehatan, segala macam kegiatan dan aktivitas seseorang akan menjadi lumpuh. Untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang baik dan memadai tentunya masyarakat akan selektif dalam

memilih lembaga kesehatan demi tercapainya kebutuhan akan kesehatannya itu. Rumah Sakit Pertamina Cilacap merupakan salah satu institusi kesehatan yang sudah cukup lama berkecimpung dalam bisnis jasa kemanusiaan, dimana sudah seharusnya mereka memiliki standar kualitas pelayanan yang baik.

Rumah Sakit Pertamina Cilacap (RSPC) yang berdiri sejak tahun 1977 merupakan fasilitas kesehatan untuk menunjang kelancaran operasi Pertamina di Cilacap. Seiring dengan berkembangnya ilmu dan teknologi, RSPC secara bertahap melengkapi fasilitasnya guna memenuhi kebutuhan layanan kesehatan bagi karyawan dan keluarga. Pada perkembangan selanjutnya, sebagai upaya optimalisasi fasilitas dan potensi tenaga yang ada, RSPC mulai memberikan kesempatan kepada lembaga pemerintah, swasta maupun perorangan untuk memanfaatkan fasilitas rumah sakit, sekaligus sebagai perwujudan peran serta RSPC dalam mengatasi problem kesehatan bagi masyarakat Cilacap dan sekitarnya.

Fasilitas yang diberikan antara lain berupa fasilitas Rawat Jalan yang terbagi atas Poli Umum, Poli Spesialis, serta Poli Badan Kesehatan Ibu dan Anak (BKIA), adapula fasilitas Rawat Inap yang terbagi atas berbagai kelas perawatan. Selain itu terdapat juga unit Pelayanan dan Penunjang medis, Kesehatan Gigi dan Mulut (Kesgimul), Apotek, Kamar Bersalin, serta fasilitas Medical Check Up guna melakukan pemeriksaan kesehatan, mendeteksi secara dini penyakit dengan fasilitas EKG, Treadmill Diagnostik, Audiometri, dan Autspirometer yang hasilnya dapat selesai paling lama dua hari. Dengan

adanya fasilitas-fasilitas tersebut diharapkan RSPC dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik bagi para konsumennya.

Untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap fasilitas dan kualitas pelayanan pada Rumah Sakit Pertamina Cilacap, dibutuhkan informasi berupa jawaban tentang kepuasan dari konsumen serta faktor yang membentuk dan mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut adalah keyakinan dan evaluasi terhadap atribut Rumah Sakit Pertamina Cilacap. Atribut tersebut adalah sarana fisik, kecepatan prosedur penerimaan pasien, kemudahan mendapatkan informasi, kinerja perawat, kemampuan dokter mendiagnosa penyakit, kemudahan prosedur pelayanan, kebersihan, keramah-tamahan petugas, jaminan keamanan pelayanan, kenyamanan pasien, kenyamanan pengunjung pasien, dan kesembuhan.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai sejauh mana kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Rumah Sakit Pertamina Cilacap. Hal ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menetapkan strategi pemasaran selanjutnya bagi perusahaan yang bersangkutan.

Sejalan dengan hal tersebut di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH SAKIT PERTAMINA CILACAP”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen?
2. Faktor dimensi apakah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen?

1.3 BATASAN MASALAH

Untuk lebih menyederhanakan masalah, dalam penelitian ini penulis akan memberikan batasan masalah sebagai upaya memfokuskan masalah yang antara lain adalah:

1. Penelitian yang dilakukan hanya pada pelayanan medis Rumah Sakit Pertamina Cilacap.
2. Penelitian dilakukan pada Rumah Sakit Pertamina Cilacap yang bertempat di kota Cilacap.
3. Konsumen yang diteliti adalah responden yang pernah menggunakan jasa pelayanan kesehatan di Rumah Sakit Pertamina Cilacap dalam hal ini adalah mereka pasien yang telah sembuh.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan pada perumusan masalah di atas maka tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui faktor dimensi manakah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Sebagai penerapan disiplin ilmu yang telah diperoleh dari bangku kuliah ke dalam praktek lapangan dan sebagai tambahan ilmu pengetahuan bagi penulis.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasarannya untuk waktu yang akan datang.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya bagi para mahasiswa perguruan tinggi yang akan melakukan penelitian di bidang pemasaran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

2.1.1 Penelitian Noveka Dihasmara (2005)

Noveka melakukan penelitian ini dalam rangka penyusunan skripsi untuk menyelesaikan program studi S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penelitian ini mengenai kepuasan pelanggan terhadap jasa pelayanan yang diberikan dengan subjek penelitiannya adalah Rumah Sakit Umum Daerah Wates Kabupaten Kulonprogo dengan menggunakan lima dimensi karakteristik kualitas pelayanan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama, kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun variabel bukti langsung (tangible), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (emphaty) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan bukti langsung (reliability) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini disebabkan karena pasien menganggap bahwa pihak rumah sakit dapat memberikan pelayanan yang baik meskipun tingkat keandalan berubah. Namun demikian pasien tetap menggunakan jasa perawatan pada rumah sakit ini.

Disamping itu pihak rumah sakit perlu memperbaiki kualitas pelayanan jaminan (assurance) yang mendapatkan penilaian paling rendah dari pasien. Antara lain dengan memberikan jaminan terhadap kesembuhan pasien, pemberian perawatan yang sesuai dengan kelasnya serta memberikan jaminan keringanan biaya perawatan bagi pasien yang termasuk golongan tidak mampu.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan agar dapat berkembang dan memperoleh laba seperti yang diharapkan. Supaya usaha perusahaan dapat berjalan dengan baik serta mendapatkan tanggapan yang positif dari konsumen, maka kegiatan pemasaran harus dapat memenuhi kepuasan dari konsumen. Boyd, Walker, Larreche (2000) mengemukakan bahwa :

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran.

Definisi lain mengenai pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2001) yaitu pemasaran adalah “suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan

dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.” Berdasarkan pengertian tersebut, dapat kita ketahui pentingnya kegiatan pemasaran bagi perusahaan karena kegiatan pemasaran yaitu mengantisipasi dan mengukur pentingnya kebutuhan dan keinginan dari kelompok konsumen tertentu dan menanggapi dengan aliran barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan konsumen tersebut. Seorang pemasar yang baik harus dapat memahami kebutuhan suatu pasar tertentu dan memilih pasar yang paling dapat mereka layani dengan baik. Setelah itu mereka dapat mengembangkan produk dan jasa yang akan menciptakan nilai dan kepuasan bagi pelanggan dalam pasar tersebut, yang kemudian menghasilkan penjualan dan laba bagi perusahaan.

2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan faktor yang sangat penting bagi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan untuk mempertahankan hidup perusahaan baik dalam pengembangan usaha maupun dalam mendapatkan laba. Keberhasilan usaha pemasaran bagi sebuah perusahaan tergantung dari kemampuan manajemennya untuk merencanakan secara strategis program-program pemasaran dalam kerangka lingkungan perusahaan dan kemudian menjalankan rencana tersebut.

Dengan demikian manajemen harus berusaha keras untuk meramalkan arah dan intensitas perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan pemanfaatan yang efektif dari sumberdaya-sumberdaya yang

terawasi. Philip Kotler (2005) seorang pakar terkemuka dunia di bidang pemasaran berpendapat demikian :

Kita melihat manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran serta mendapatkan, mempertahankan, dan menambah jumlah pelanggan melalui penciptaan, penyampaian<sic>, dan pengkomunikasian nilai pelanggan yang unggul.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut menunjukkan bahwa manajemen pemasaran terjadi ketika seseorang atau lebih terlibat dalam transaksi pertukaran atau hubungan yang ada dalam perencanaan, pengkoordinasian, penerapan, dan pengendalian kegiatan-kegiatan penting untuk mendukung kegiatan pertukaran.

2.2.3 Pengertian Jasa

Secara tradisional jasa sulit untuk didefinisikan karena pada kenyataannya cara menciptakan dan mengirimkan jasa kepada pelanggan sering sulit dipahami karena banyak masukan dan keluaran yang tidak nyata. Jasa adalah “kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dari tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri -atau atas nama- penerima jasa tersebut”, Lovelock dan Wright (2005).

Kotler dan Armstrong (2001) mengartikan jasa adalah “segala aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh suatu kelompok kepada yang lainnya, yang pada dasarnya tidak nyata dan tidak berakibat pada kepemilikan apapun.” Ketika pelanggan memutuskan untuk membeli suatu

jasa guna memenuhi kebutuhannya, mereka umumnya akan melewati proses pembelian yang lebih rumit daripada bila mereka membeli barang.

Proses pembelian terbagi atas tiga tahap, Lovelock dan Wright (2005) :

1. Tahap Pra-pembelian

Tahap pertama dalam proses pembelian jasa dimana pelanggan mengidentifikasi berbagai alternatif, menimbang-nimbang manfaat dan resiko, dan membuat keputusan pembelian.

2. Tahap Pertemuan Jasa

Tahap kedua dalam proses pembelian jasa dimana terjadi penyerahan jasa melalui interaksi antara pelanggan dan penyedia jasa.

3. Tahap Pasca-pembelian

Tahap terakhir dalam proses pembelian jasa dimana pelanggan menilai kualitas jasa dan kepuasan atau ketidakpuasan mereka terhadap hasil jasa tersebut.

2.2.4 Kualitas Jasa

Kualitas jasa merupakan sebuah evaluasi jangka panjang konsumen terhadap pelayanan jasa yang mereka dapatkan dari suatu perusahaan. Sebelum konsumen membeli suatu jasa, mereka mempunyai harapan tentang kualitas dari jasa tersebut yang didasarkan pada kebutuhan-kebutuhan pribadi, pengalaman yang mereka dapatkan sebelumnya, rekomendasi dari mulut ke mulut, serta iklan penyedia jasa. Parasuraman dalam Nursya'bani (2006) mengemukakan bahwa "Kualitas layanan

merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.”

Untuk dapat mengevaluasi kualitas layanan yang konsumen rasakan, digunakan 5 dimensi kualitas pelayanan. Zeithaml, Berry dan Parasuraman, 1985 dalam Zulian Yamit (2001) telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah :

1. **Tangibles** (bukti langsung), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. **Reliability** (keandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.
3. **Responsiveness** (daya tanggap), yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. **Assurance** (jaminan), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari biaya, resiko ataupun keragu-raguan.

5. *Emphaty* (empati), yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

2.2.5 Kepuasan Konsumen

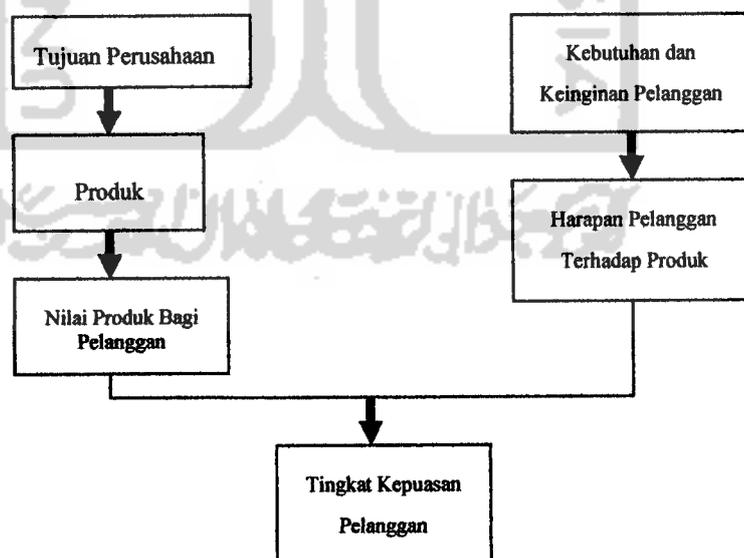
Pelanggan akan mengalami berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah merasakan jasa yang mereka beli sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi. Dimana definisi dari kepuasan menurut Lovelock dan Wright (2005) adalah “keadaan emosional, reaksi pasca-pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan.” Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar. Telah banyak pihak yang menaruh perhatiannya terhadap hal ini. Pihak yang paling banyak berhubungan langsung dengan kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan adalah pemasar, konsumen, dan peneliti perilaku konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan satu tolok ukur kesuksesan bagi perusahaan terutama bagi sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Apabila konsumen telah merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka barang atau jasa yang diberikan tersebut dapat dikatakan berkualitas.

Zulian Yamit (2001) berpendapat bahwa :

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil (outcome) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan.

Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar atau janji dari kerabatnya, dan juga informasi yang diberikan oleh pemasar. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan perusahaan dengan konsumennya menjadi harmonis, terciptanya pembelian ulang oleh pelanggan, adanya loyalitas pelanggan, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.



Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan

Selain itu pelanggan juga akan merasa bahwa perusahaan menaruh perhatian besar pada setiap masalah pelanggannya dan selalu berusaha memperbaiki kekurangannya. Untuk itu perusahaan perlu mengembangkan sistem informasi manajemen, sehingga perusahaan bisa mendata setiap keluhan yang disampaikan dan belajar dari kesalahan yang pernah dilakukan. Menurut Fandy Tjiptono (2002) ada empat aspek penting dalam penanganan keluhan pelanggan yaitu :

1. Empati terhadap pelanggan yang marah

Dalam menghadapi pelanggan yang emosi atau marah, perusahaan perlu bersikap empati karena bila tidak maka situasi akan bertambah runyam. Untuk itu perlu diluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Dengan demikian permasalahan yang dihadapi dapat menjadi jelas sehingga pemecahan yang diharapkan dapat diupayakan bersama.

2. Kecepatan dalam penanganan keluhan

Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan. Apabila keluhan pelanggan tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi. Sedangkan apabila keluhan dapat ditangani dengan cepat, maka ada kemungkinan pelanggan tersebut menjadi puas. Apabila pelanggan puas dengan cara penanganan

keluhannya, maka besar kemungkinannya ia akan menjadi pelanggan perusahaan kembali.

3. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan keluhan

Perusahaan harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya adalah situasi 'win-win', dimana pelanggan dan perusahaan sama-sama diuntungkan (fair / realistis).

4. Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan

Hal ini sangat penting bagi konsumen untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan, maupun keluhannya. Di sini sangat dibutuhkan adanya metode komunikasi yang mudah dan relatif tidak mahal, dimana pelanggan dapat menyampaikan keluhan kesahnya. Bila perlu dan memungkinkan, perusahaan dapat menyediakan jalur atau saluran telepon khusus (hot line service) untuk menampung keluhan pelanggan atau memanfaatkan e-mail di jaringan internet dengan membuka *homepage* di World Wide Web.

2.2.6 Pengukuran Kepuasan Konsumen

Ada beberapa cara yang dapat dipakai untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Kotler dalam Zulian Yamit (2001) mengemukakan beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, antara lain :

1. Sistem Pengaduan

Pada metode ini pelanggan diberikan kesempatan untuk memberikan saran, keluhan dan bentuk ketidakpuasan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran. Setiap saran dan keluhan yang masuk harus menjadi perhatian bagi perusahaan, karena saran dan keluhan tersebut umumnya dilandasi oleh pengalaman pelanggan yang dalam hal ini merupakan bentuk kecintaan mereka terhadap produk maupun perusahaan.

2. Survey Pelanggan

Survey pelanggan merupakan metode yang telah umum digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan. Diantaranya melalui surat pos, telepon, atau wawancara secara langsung.

3. Panel Pelanggan

Perusahaan mengundang pelanggan yang setia terhadap produk dan juga mengundang pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah menjadi pelanggan perusahaan lain. Dari pelanggan setia perusahaan akan memperoleh informasi tingkat kepuasan yang mereka rasakan dan dari pelanggan yang telah berhenti membeli, perusahaan akan memperoleh jawaban mengapa hal itu dapat terjadi. Apabila pelanggan yang berhenti membeli (customer loss rate) ini meningkat hal ini menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

2.2.7 Pengertian Kesehatan

Kesehatan adalah salah satu kebutuhan utama manusia selain sandang, pangan, dan papan. Tanpa hidup yang sehat, hidup manusia menjadi tanpa arti, sebab dalam keadaan sakit, manusia tidak mungkin melakukan kegiatan sehari-hari dengan baik. Orang yang sedang sakit (pasien), yang tidak dapat menyembuhkan penyakit yang dideritanya, tidak ada pilihan lain selain meminta pertolongan dari orang yang dapat menyembuhkan penyakitnya, yakni meminta pertolongan dari tenaga kesehatan yang dapat menyembuhkan penyakitnya.

Tenaga kesehatan akan melakukan apa yang dikenal dengan upaya kesehatan dan obyek dari upaya kesehatan adalah pemeliharaan kesehatan, baik pemeliharaan kesehatan masyarakat maupun pemeliharaan kesehatan individu. Yang dimaksudkan dengan pemeliharaan kesehatan individu adalah lebih kepada upaya pelayanan kesehatan individu yang dikenal dengan pelayanan kedokteran (medik) dan tenaga kesehatannya adalah dokter, para medik dan sebagainya.

2.2.8 Pengertian Rumah Sakit

Rumah sakit mempunyai makna yang sangat penting bagi masyarakat dan lingkungannya, karena rumah sakit merupakan lembaga sosial yang selalu berperan aktif dalam penyediaan dan penyelenggaraan pelayanan medis bagi masyarakat. Akan tetapi biarpun rumah sakit bergerak dalam bidang sosial, tidak menutup kemungkinan rumah sakit saling bersaing untuk memberikan pelayanan medis yang terbaik. Dengan

demikian pasien akan merasa diperhatikan, nyaman dan terlayani dengan baik sehingga bila pasien atau keluarganya sakit, bersedia dirawat di rumah sakit tersebut.

Rumah sakit sebagai lembaga sosial kemanusiaan bagi masyarakat mempunyai dua fungsi utama secara garis besar yaitu :

1. Fungsi Intramural

Segala kegiatan pelayanan medis dan penunjangnya yang dilakukan dalam batas tembok rumah sakit, seperti pelayanan pengobatan dan penyembuhan kepada pasien baik melalui rawat jalan maupun rawat inap, serta penyelenggaraan pendidikan bagi para tenaga medis.

2. Fungsi Ekstramural

Kegiatan di bidang kesehatan di masyarakat yang penyelenggaraannya dapat secara hospital based di luar batas rumah sakit. Seperti pelayanan terpadu mengenai program KB, gizi, penyuluhan kesehatan masyarakat, rehabilitasi preventif dan pelayanan suportif yaitu rumah sakit berusaha secara langsung terjun dalam masyarakat sehingga mengetahui kebutuhan nyata masyarakat untuk meningkatkan kesehatannya.

Secara umum mutu pelayanan rumah sakit saat ini bukan hanya sembuh, tetapi juga tetap memuaskan pasien. Karena itu jaminan akan kualitas pelayanan yang diberikan sangatlah penting. Jacobalis dalam Sabarguna (2004) mengemukakan pentingnya Quality Assurance (jaminan

kualitas) bagi berbagai pihak dengan alasannya masing-masing, diantaranya seperti di bawah ini :

1. Bagi Rumah Sakit

Persaingan antar rumah sakit memerlukan pelayanan bermutu agar mampu bertahan. Selain itu adanya kemajuan teknologi yang canggih, memerlukan pemilihan yang tepat dan rasional antara mutu pelayanan dan biaya.

2. Bagi Pasien

Pasien semakin kritis, ia mengerti akan hak, maka ia ingin pelayanan yang aman dan memuaskan. Kemudian ia punya hak memilih, maka mutu pelayanan akan merupakan salah satu sebab dipilihnya rumah sakit tertentu.

3. Bagi Dokter

Selain standar profesi yang ditentukan juga berhadapan dengan asumsi dan tuntutan hukum yang semakin gencar, menyebabkan dokter hati-hati dan tertarik akan mutu pelayanan. Selain itu ternyata kesembuhan pasien tidak oleh obat, tetapi juga oleh faktor lain yang terkait.

4. Bagi Pemerintah

Pemerintah berusaha atas standar minimal pelanggaran maka pemantauan mutu yang baik akan bermanfaat dalam memutuskan salah benarnya tindakan.

2.2.9 Mutu Pelayanan Rumah Sakit

Pelayanan kesehatan kini menjadi sebuah pilihan bagi setiap masyarakat. Karena itu mau tidak mau sebuah rumah sakit harus dapat menjamin mutu agar dapat memuaskan pasien. Seorang pasien memiliki hak untuk mendapatkan upaya kesehatan, sarana kesehatan dan bantuan dari tenaga kesehatan yang memenuhi standar pelayanan kesehatan yang optimal. Menurut Jacobalis dalam Sabarguna (2005), saat ini mutu pelayanan rumah sakit tidak hanya pulang sembuh atau mati tetapi dilihat dari berbagai hal, diantaranya :

1. **Mutu Klinis**

Mutu pelayanan kedokteran, ketepatan diagnosa, ketepatan terapi, dan tentu kesembuhan atau kematian yang diperoleh.

2. **Mutu Efisiensi**

Mutu pelayanan dari sudut keuangan apakah itu murah, mahal atau wajar bila mahal kalau memang mutunya berimbang.

3. **Mutu Keamanan Pasien**

Mutu pelayanan yang berkaitan dalam menjamin pelayanan yang aman, seperti kemungkinan jatuh dari tempat tidur, kebocoran dan lain-lain.

4. **Mutu Kepuasan Pasien**

Secara nyata mutu kepuasan dan komplain harus ditangani segera, bila tidak akan menimbulkan rasa sebal dan mengganjal.

2.3 Hipotesis

Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Ada pengaruh signifikan antara dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy terhadap kepuasan konsumen.
2. Faktor dimensi tangibles mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Rumah Sakit Pertamina Cilacap yang bertempat di Jalan Setiabudi Cilacap.

3.2 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel penelitian yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. **Variabel Dependen**

Yang termasuk dalam variabel dependen adalah kepuasan konsumen (satisfaction) (Y). Kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih paling tidak sama atau melampaui harapan dari konsumen, sedangkan ketidakpuasan terjadi apabila hasil tidak memenuhi harapan konsumen. Kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Rumah Sakit Pertamina Cilacap dipengaruhi oleh adanya atribut pelayanan yang ada pada Rumah Sakit Pertamina Cilacap.

2. **Variabel Independen**

Sedangkan variabel independennya (X) adalah lima komponen pokok yang berkaitan dengan pengukuran kualitas pelayanan Rumah Sakit Pertamina Cilacap yaitu bukti langsung (tangibles),

keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (emphaty).

3.3 Definisi Operasional Variabel

1. Pengertian kualitas menurut American Society for Quality Control dalam Lupiyoadi (2001), adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk / jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.
2. Pelayanan medis adalah suatu tindakan atau pelayanan kesehatan yang dilakukan oleh suatu pihak kepada pihak lain dalam hal ini adalah pasien atau penderita sakit. Pelayanan tersebut meliputi diagnosa penyakit, pemberian obat, pemeriksaan rutin kesehatan, dan lain-lain.
3. Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka peroleh. Bila kualitas layanan yang diperoleh sama atau melebihi yang diharapkan berarti pelayanan tersebut dikatakan memuaskan.
4. Kepuasan konsumen menurut J. Paul Peter dan Jerry C. Olson (1999) dalam Usmara (2003) yaitu perbandingan antara harapan kinerja sebelum membeli dan persepsi kinerja yang diterima konsumen setelah membeli lebih. Jika harapan kinerja sebelum membeli lebih besar dari kinerja yang diterima setelah membeli, maka dikatakan konsumen ketidakpuasan. Sebaliknya jika harapan kinerja sebelum membeli lebih

kecil dari persepsi kinerja yang diterima setelah membeli maka konsumen mengalami kepuasan.

3.4 Instrumen Penelitian

3.4.1 Alat Pengumpul Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian. Sedangkan untuk pengumpulan data menggunakan metode kuesioner (angket). Kuesioner (angket) adalah metode pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden. Dalam penelitian ini digunakan sistem tertutup yaitu alternatif jawaban sudah disediakan bagi responden sehingga responden tinggal memilih jawaban yang telah disediakan.

3.4.2 Pengukuran Variabel Penelitian

Dalam memecahkan masalah-masalah penelitian serta untuk mempermudah dalam menganalisis data, maka variabel-variabel yang digunakan harus diukur terlebih dulu. Variabel-variabel tersebut semuanya diukur dengan menggunakan indikator-indikator yang ada, yang kemudian dituangkan dalam bentuk pertanyaan.

3.4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah angket disusun dan sebelum disebarkan kepada responden perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap setiap butir pertanyaan dari angket yang disusun. Untuk menguji apakah daftar angket

yang dibuat berdasarkan indikator-indikator yang ada dalam tiap variabel penelitian, baik itu untuk variabel bebas ataupun untuk variabel terikatnya, maka akan digunakan dua alat uji. Dimana hal tersebut ditujukan untuk mengetahui apakah daftar pertanyaan dan pernyataan yang dibuat memang benar-benar dapat mewakili indikator-indikator yang ada pada setiap variabel penelitian.

3.4.3.1 Uji Validitas

Hasil penelitian dapat dikatakan valid apabila data yang terkumpul sama dengan data yang sebenarnya terjadi pada obyek yang diteliti. Uji validitas dilakukan untuk mengungkapkan kemampuan suatu instrumen dalam mengukur kebenaran hasil penelitian secara cermat dan tepat sekaligus membuktikan bahwa suatu instrumen dalam hal ini adalah kuesioner valid digunakan dalam penelitian. Suatu tes atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur, yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut, Azwar (2001).

Dalam penelitian ini digunakan uji validitas *Pearson Correlation* yaitu pengujian validitas terhadap korelasi antara setiap item dengan skor total tes sebagai kriterianya yang dinyatakan dengan rumus :

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

Keterangan :

r_{xy} : koefisien korelasi antara skor butir (x) dengan skor reliabel (y)

n : jumlah responden yang diuji coba

$\sum x$: jumlah skor butir (x)

$\sum y$: jumlah skor variabel (y)

$\sum x^2$: jumlah skor butir (x) kuadrat

$\sum y^2$: jumlah skor variabel (y) kuadrat

3.4.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu alat ukur kestabilan hasil akhir. Sehingga apabila alat ukur yang sama digunakan untuk menguji instrumen yang sama akan menghasilkan data yang dapat dipercaya (reliabel). Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan perkiraan *Cronbach's Alpha* yang menunjukkan bagaimana tingginya butir-butir dalam kuesioner berkorelasi atau berinteraksi, yang dinyatakan dengan rumus :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

σ_t^2 = varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Data Yang Dibutuhkan

3.5.1.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya oleh peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan.

3.5.1.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah data yang didapatkan dari literatur dan sumber bacaan yang sesuai dengan penelitian ini.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Yaitu kuesioner dibagikan kepada mereka para pengunjung atau pasien Rumah Sakit Pertamina Cilacap yang pernah berobat atau telah sembuh dari sakit. Susunan dari kuesioner ini adalah meliputi pertanyaan mengenai data pribadi responden beserta karakteristiknya seperti gender, usia dan penghasilan per bulan. Serta bagian intinya yaitu sejumlah pertanyaan yang bersifat tertutup sehingga responden tinggal memilih alternatif jawaban yang telah disediakan. Alternatif jawaban tersebut merupakan suatu pertanyaan atau penilaian. Kuesioner ini menggunakan skala 5 tingkat Likert, yaitu:

α = Distribusi normal

E = Standar Error

Dengan menggunakan koefisien konfidensi 0,95 untuk memperkirakan populasi konsumen yang menggunakan jasa pelayanan di Rumah Sakit Pertamina Cilacap. Dengan probabilitas 0,95 kesalahan yang mungkin terjadi tidak lebih dari 0,10.

Jadi apabila $P = 0,5 \rightarrow P(1-P) = 0,25$

$$\text{Maka } n = 0,25 \left[\frac{1,96}{0,10} \right]^2$$

$$n = 96,4$$

Jadi jumlah tersebut dibulatkan menjadi 100 sampel.

Metode yang digunakan dalam menentukan besarnya sampel adalah menggunakan sampling random tidak terbatas atau sampling random tidak bersyarat. Yang artinya bahwa semua individu dari populasi dengan tanpa syarat-syarat tertentu diberikan kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai subyek sampel.

3.7 Alat Analisis

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu analisis dengan merinci dan menjelaskan secara panjang lebar keterkaitan data penelitian dalam bentuk kalimat. Data tersebut menggambarkan profil dari responden penelitian meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan, dan pekerjaan yang tercantum dalam bentuk tabel pada data di tabel dan analisis didasarkan pada data di tabel tersebut.

3.7.2 Analisis Kuantitatif

Adalah analisis yang dilakukan dengan menggunakan teknik statistika. Hasil akhir dari analisis ini dipergunakan untuk menghasilkan hipotesis penelitian yang diajukan sebelumnya. Analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Rumah Sakit Pertamina Cilacap yang dipengaruhi oleh faktor dimensi kualitas pelayanan. Alat analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda. Alat analisis regresi berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara beberapa variabel independen dengan satu variabel dependen, yang dinyatakan dengan rumus :

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

Keterangan :

Y	= Variabel dependen yaitu kepuasan
X ₁	= Bukti langsung (tangibles)
X ₂	= Keandalan (reliability)
X ₃	= Daya tanggap (responsiveness)
X ₄	= Jaminan (assurance)
X ₅	= Empati (emphaty)
a	= Konstanta
b ₁ , b ₂ , b ₃ , b ₄ , b ₅	= Koefisien-koefisien regresi

BAB IV
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

4.1.1. Pengujian Validitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS Versi 11.00 yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi (r_{xy}) dengan nilai kritis r tabel $N = 100 = 0,1965$. Dari hasil uji validitas diperoleh Tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Butir	r hitung	Nilai Kritis (r tabel)	Kesimpulan
Bukti Langsung (X_1), Koef. Alpha = 0,8046			
X1.1	0.853	0,1965	Valid
X1.2	0.882	0,1965	Valid
X1.3	0.808	0,1965	Valid
Keandalan (X_2), Koef. Alpha = 0,8616			
X2.1	0.886	0,1965	Valid
X2.2	0.871	0,1965	Valid
X2.3	0.899	0,1965	Valid
Daya Tanggap (X_3), Koef. Alpha = 0,8277			
X3.1	0.858	0,1965	Valid
X3.2	0.864	0,1965	Valid
X3.3	0.865	0,1965	Valid
Jaminan (X_4), Koef. Alpha = 0,7431			
X4.1	0.827	0,1965	Valid
X4.2	0.778	0,1965	Valid
X4.3	0.832	0,1965	Valid
Empati (X_5), Koef. Alpha = 0,8317			
X5.1	0.873	0,1965	Valid
X5.2	0.867	0,1965	Valid

X5.3	0.862	0,1965	Valid
Kepuasan Konsumen (Y), Koef. Alpha = 0,7707			
Y1.1	0.785	0,1965	Valid
Y1.2	0.841	0,1965	Valid
Y1.3	0.856	0,1965	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2006

Dari Tabel 4.1 di atas dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pernyataan terdiri dari 3 butir pernyataan untuk variabel Bukti Langsung (X_1), 3 butir pernyataan untuk Keandalan (X_2), 3 butir pernyataan untuk Daya Tanggap (X_3), 3 butir pernyataan untuk Jaminan (X_4), dan 3 butir pernyataan untuk Empati (X_5). Untuk variabel Kepuasan Konsumen terdiri dari 3 butir pernyataan. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi (r_{xy}) seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari r tabel (0,1965). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid. Dengan demikian seluruh butir pernyataan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koef. Alpha	Nilai Kritis (r tabel)	Kesimpulan
Bukti Langsung (X_1)	0,8046	0,1965	Reliabel
Keandalan (X_2)	0,8616	0,1965	Reliabel
Daya Tanggap (X_3)	0,8277	0,1965	Reliabel
Jaminan (X_4)	0,7431	0,1965	Reliabel
Empati (X_5)	0,8317	0,1965	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,7707	0,1965	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2006

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas alpha sebesar 0,8046 untuk variabel Bukti Langsung. Untuk koefisien alpha pada variabel Keandalan sebesar 0,8616. Untuk variabel Daya Tanggap, besarnya koefisien alpha adalah 0,8277. Untuk variabel Jaminan, besarnya koefisien alpha

adalah 0,7431. Dan untuk variabel Empati, besarnya koefisien alpha adalah 0,8317. Sedangkan untuk variabel Kepuasan Konsumen, besarnya koefisien alpha adalah 0,7707. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu nilai r tabel pada $N = 100$ sebesar 0,1965, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan pada variabel penelitian merupakan pernyataan yang reliabel. Dari keenam hasil analisis reliabilitas diatas dapat diartikan bahwa secara menyeluruh kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah dinyatakan reliabel atau andal.

4.2. Analisis Karakteristik Responden

4.2.1. Usia Responden

Berdasarkan usia responden, terdiri atas 3kelompok, yaitu kelompok usia kurang dari 20 tahun usia 20 s/d 30 tahun, dan kelompok lebih dari 30 tahun. Hasil kuesioner dapat dikumpulkan menjadi data seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
Kurang dari 20 tahun	16	16.0%
20 s / d 30 tahun	31	31.0%
Lebih dari 30 tahun	53	53.0%
Total	100	100.0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2006

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa responden mayoritas berusia lebih dari 30 tahun, yaitu sebesar 53% atau 53 orang sedangkan yang berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 16 orang atau 16%, dan yang berusia 20

s/d 30 tahun sebesar 31 % atau 31 orang. Ini menunjukkan bahwa pasien pada Rumah Sakit Pertamina Cilacap sebagian besar berusia lebih dari 30 tahun.

4.2.2. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok pria dan wanita. Hasil rekapitulasi data berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	40	40.0%
Wanita	60	60.0%
Total	100	100.0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2006

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa pasien Rumah Sakit Pertamina Cilacap mayoritas adalah berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 60 orang atau sebesar 60% dan sisanya sebanyak 40 orang atau sebesar 40% adalah pria.

4.2.3. Pendidikan Terakhir

Berdasarkan pendidikan terakhir responden, terdiri atas 4 kelompok, yaitu kelompok SD, SMP, SMU, dan perguruan tinggi. Hasil analisis data berdasarkan pendidikan terakhir dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	1	1.0%
SMP	2	2.0%
SMU	43	43.0%
Perguruan tinggi	54	54.0%
Total	100	100.0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2006

Dari Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir konsumen atau pasien Rumah Sakit Pertamina Cilacap mayoritas adalah berpendidikan perguruan tinggi yaitu sebesar 54% atau sebanyak 54 orang. Sedangkan yang mempunyai pendidikan terakhir SD sebesar 1% atau sebanyak 1 orang, yang berpendidikan SMP sebesar 2% atau 2 orang, dan yang berpendidikan SMU sebesar 43% atau 43 orang.

4.2.4. Penghasilan per Bulan Responden

Berdasarkan penghasilan responden, terdiri atas 3 kelompok, yaitu yang berpenghasilan kurang dari Rp 1.000.000, antara Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000, dan penghasilan lebih dari Rp 2.000.000. Hasil kuesioner dapat dikumpulkan menjadi data seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Usia	Jumlah	Persentase
< Rp 1.000.000	39	39.0%
Rp 1.000.000 s/d Rp 2.000.000	13	13.0%
Lebih dari Rp 2.000.000	48	48.0%
Total	100	100.0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2006

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa responden mayoritas mempunyai penghasilan lebih dari Rp 2.000.000, yaitu sebesar 48% atau 48 orang sedangkan yang mempunyai penghasilan kurang dari Rp 1.000.000 sebanyak 39 orang atau 39%, dan yang mempunyai penghasilan Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 sebesar 13% atau 13 orang.

4.3. Data dan Analisis

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Sakit Pertamina Cilacap. Analisis data ini melalui dua tahap, yaitu analisis kualitatif dan analisis kuantitatif.

4.3.1. Analisis Deskriptif

4.3.1.1. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan meliputi variabel Bukti Langsung (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4) dan Empati (X_5) yang terdiri dari beberapa pernyataan. Setiap pernyataan masing-masing terdiri dari lima alternatif jawaban yaitu jawaban sangat tidak setuju; tidak setuju; ragu-ragu, setuju dan sangat setuju. Jawaban sangat tidak setuju menunjukkan tingkat penilaian yang sangat rendah dan jawaban sangat setuju menunjukkan tingkat penilaian yang sangat tinggi.

Berikut dijelaskan untuk hasil jawaban responden pada masing-masing variabel independen.

Tabel 4.7
Penilaian Variabel Bukti Langsung (X_1)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Kelengkapan, kesiapan dan kebersihan alat-alat yang dipakai	3.73
2	Kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan	3.75
3	Kerapihan dan kebersihan penampilan petugas (karyawan)	3.65
	Rata-rata	3.71

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2006

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa variabel Bukti Langsung memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,70 dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,75. Pada pernyataan kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan nilai rata-rata terendah sebesar 3,65. Pada pernyataan kerapian dan kebersihan penampilan petugas (karyawan) dengan nilai rata-rata sebesar 3,71. Ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel Bukti Langsung mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, yang berarti bahwa kelengkapan, kesiapan dan kebersihan alat yang dipakai, kerapian dan kenyamanan ruangan serta kerapian dan kebersihan penampilan petugas (karyawan) adalah baik.

Tabel 4.8
Penilaian Variabel Keandalan (X_2)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Prosedur penerimaan pasien yang cepat dan tepat	3.59
2	Pelayanan pemeriksaan, pengobatan dan perawatan yang cepat dan tepat	3.54
3	Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit	3.63
	Rata-rata	3.59

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2006

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa variabel Keandalan, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,59 dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,63. Pada pernyataan prosedur pelayanan tidak berbelit-belit dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,54. Pada pernyataan pelayanan pemeriksaan, pengobatan dan perawatan yang cepat dan tepat dengan nilai rata-rata sebesar 3,59. Ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel Keandalan mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, yang berarti bahwa prosedur penerimaan pasien

cepat dan tepat, pelayan pemeriksaan, pengobatan dan perawatan yang cepat dan tepat serta prosedur pelayanan tidak berbelit-belit.

Tabel 4.9
Penilaian Variabel Daya Tanggap (X_3)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Kemampuan dokter dan perawat untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pasien	3.71
2	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	3.65
3	Tindakan cepat pada saat pasien membutuhkan	3.64
	Rata-rata	3.67

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2006

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa variabel Daya Tanggap, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,67 dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,71. Pada pernyataan kemampuan dokter dan perawat untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pasien dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,64. Pada pernyataan tindakan cepat pada saat pasien membutuhkan dengan nilai rata-rata sebesar 3,67. Ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel Daya Tanggap mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi yang berarti bahwa dokter dan perawat mempunyai kemampuan untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pasien, petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti dan tindakan cepat pada saat pasien membutuhkan sudah baik.

Tabel 4.10
Penilaian Variabel Jaminan (X₄)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Pengetahuan dan kemampuan para dokter menetapkan diagnosa penyakit	3.69
2	Pelayanan yang ramah dan sopan	3.58
3	Jaminan keamanan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan	3.56
	Rata-rata	3.61

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2006

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa variabel Jaminan, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,61 dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,69. Pada pernyataan pengetahuan dan kemampuan para dokter menetapkan diagnosa penyakit dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,56. Pada pernyataan jaminan keamanan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan dengan nilai rata-rata sebesar 3,69. Ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel Jaminan memberikan nilai yang tinggi yang berarti bahwa pengetahuan dan kemampuan para dokter menetapkan diagnosa penyakit, pelayanan yang ramah dan sopan serta jaminan keamanan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan sudah baik.

Tabel 4.11
Penilaian Variabel Empati (X₅)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Memberikan perhatian secara khusus kepada setiap pasien	3.75
2	Perhatian terhadap keluhan pasien dan keluarganya	3.65
3	Pelayanan kepada semua pasien tanpa memandang status sosial dan lain-lain	3.61
	Rata-rata	3.67

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2006

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa variabel Empati, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,67 dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,75. Pada pernyataan memberikan perhatian secara khusus kepada setiap pasien dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,61. Pada pernyataan pelayanan kepada semua pasien tanpa memandang status sosial dan lain-lain dengan nilai rata-rata sebesar 3,67. Ini menunjukkan bahwa dokter, perawat dan karyawan memberikan perhatian secara khusus kepada setiap pasien, adanya perhatian terhadap keluhan pasien dan keluarganya dan pelayanan kepada semua pasien tanpa memandang status sosial dan lain-lain.

4.3.1.2. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel Kepuasan Konsumen terdiri 3 butir pernyataan. Dari hasil jawaban responden yang telah dirata-rata maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Kepuasan Konsumen.

Tabel 4.12
Penilaian Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Seberapa puas konsumen terhadap kecepatan prosedur penerimaan pasien	3.72
2	Seberapa puas konsumen terhadap pelayanan mengenai penyembuhan penyakit pasien	3.70
3	Seberapa puas konsumen terhadap sikap keramahan tenaga medis pada rumah sakit	3.82
	Rata-rata	3.75

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2006

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas dapat diketahui bahwa variabel kepuasan konsumen, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,75 dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,82. Pada pernyataan seberapa puas konsumen terhadap sikap keramah-

tamahan tenaga medis pada rumah sakti dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,70. Pada pernyataan seberapa puas konsumen terhadap pelayanan mengenai penyembuhan penyakit pasien dengan nilai rata-rata sebesar 3,75. Ini menunjukkan bahwa konsumen puas terhadap kecepatan prosedur penerimaan pasien, konsumen puas terhadap pelayanan mengenai penyembuhan penyakit pasien dan konsumen puas terhadap sikap keramah-tamahan tenaga medis pada rumah sakit Pertamina.

4.3.2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, uji F dan uji t. Model analisis regresi linear berganda ini dipilih untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel yang meliputi Bukti Langsung (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4) dan Empati (X_5), terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Rumah Sakit Pertamina Cilacap.

4.3.2.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda untuk Bukti Langsung (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), Empati (X_5), dan Kepuasan Konsumen (Y) mempunyai formula sebagai berikut:

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

Dalam penelitian ini, dalam menganalisis regresi linear berganda penulis menggunakan seri program statistik SPSS versi 10.00. SPSS. Hasil rangkuman Analisis Regresi Linier Berganda dapat ditampilkan pada Tabel 4.13 berikut:

Tabel 4.13
Estimasi Regresi Linear Berganda

Variabel	Koef. Regresi	Std. Error	t _{hitung}	Sig t	Keterangan
Konstanta (a)	0,335				
Bukti Langsung (X ₁)	0,410	0,074	5,527	0,000	Signifikan
Keandalan (X ₂)	0,280	0,059	4,760	0,000	Signifikan
Daya Tanggap (X ₃)	0,141	0,063	2,245	0,027	Signifikan
Jaminan (X ₄)	0,170	0,061	2,781	0,007	Signifikan
Empati (X ₅)	0,116	0,054	2,147	0,034	Signifikan
S.E of Estimate		= 0,3958			
Adjusted R Square		= 0,627			
R Square		= 0,646			
Multiple R		= 0,804			
F hitung		= 34,338			
Signif F		= 0,000			
F tabel		= 2,3113			
t tabel		= 1,9855			

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2006

Pada Tabel 4.13 diatas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 0,335 + 0,410X_1 + 0,280X_2 + 0,141X_3 + 0,170X_4 + 0,116X_5$$

Konstanta (a)

Nilai konstanta sebesar 0,335 yang berarti bahwa jika tidak ada variabel bebas yang terdiri dari variabel Bukti Langsung (X₁), Keandalan (X₂), Daya Tanggap (X₃), Jaminan (X₄) dan Empati (X₅), yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen maka Kepuasan Konsumen akan mempunyai harga sebesar 0,335.

Koefisien Regresi Variabel Bukti Langsung (b₁)

Variabel Bukti Langsung (X₁) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Konsumen, dengan koefisien regresi sebesar 0,410

yang artinya apabila variabel Bukti Langsung meningkat sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,410 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4) dan Empati (X_5), dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara variabel Bukti Langsung dan Kepuasan Konsumen menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel Bukti Langsung terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan.

Koefisien Regresi Variabel Keandalan (b_2)

Pada variabel Keandalan (X_2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Konsumen, dengan koefisien regresi sebesar 0,280 yang artinya apabila pada variabel Keandalan meningkat sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,280 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel Bukti Langsung (X_1), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4) dan Empati (X_5) dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara variabel Keandalan dan Kepuasan Konsumen menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel Keandalan terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan.

Koefisien Regresi Variabel Daya Tanggap (b_3)

Pada variabel Daya Tanggap (X_3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Konsumen, dengan koefisien regresi sebesar 0,141 yang artinya apabila pada variabel Daya Tanggap meningkat sebesar

1 satuan, maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,141 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel Bukti Langsung (X_1), Keandalan (X_2), Jaminan (X_4) dan Empati (X_5) dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara variabel Daya Tanggap dan Kepuasan Konsumen menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,027 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel Daya Tanggap terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan.

Koefisien Regresi Variabel Jaminan (b_4)

Variabel Jaminan (X_4) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Konsumen, dengan koefisien regresi sebesar 0,170 yang artinya apabila variabel Jaminan meningkat sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,170 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel Bukti Langsung (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3) dan Empati (X_5), dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara variabel Jaminan dan Kepuasan Konsumen menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,007 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel Jaminan terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan.

Koefisien Regresi Variabel Empati (b_5)

Variabel Empati (X_5) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Konsumen, dengan koefisien regresi sebesar 0,116 yang artinya apabila variabel Empati meningkat sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,116 satuan dengan asumsi bahwa

pada variabel Bukti Langsung (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3) dan Jaminan (X_4), dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara pada variabel Empati dan Kepuasan Konsumen menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,034 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel Empati terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan.

4.3.2.2. Uji Regresi Serentak (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang terangkum dalam Tabel 4.13 didapatkan F_{hitung} sebesar 34,338 dengan tingkat signifikansi 0,000.

Untuk menginterpretasikan data ke hipotesis yang digunakan:

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen.

H_a : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen.

Kriteria penentuan keputusan :

- Jika $F_{hitung} < F_{Tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- Jika $F_{hitung} \geq F_{Tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau
- Probabilitas signifikan $> \alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- Probabilitas signifikan $\leq \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Dengan berpedoman pada $DF = N-k-1$ diperoleh F_{Tabel} atau $F_{0,05;5;94}$ yaitu sebesar 2,3113. Berdasarkan Tabel 4.13 di atas di dapat F_{hitung} sebesar

34,338. Hal ini menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{Tabel} yang nilainya 2,3113. Karena $F_{hitung} > F_{Tabel}$ ($34,338 > 2,3113$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Bukti Langsung (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4) dan Empati (X_5) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Sakit Pertamina Cilacap.

Dari Tabel 4.13 di atas dapat diketahui koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,646. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,646, maka dapat diartikan bahwa 64,6% Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh kelima variabel bebas yang terdiri dari variabel Bukti Langsung (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4) dan Empati (X_5). Sedangkan sisanya sebesar 35,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

4.3.2.3. Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Untuk menginterpretasikan data hipotesis yang digunakan:

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara dari variabel Bukti Langsung (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4) dan Empati (X_5), secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

H_a : Ada pengaruh yang signifikan antara dari variabel Bukti Langsung (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4) dan Empati (X_5), secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Kriteria pengujian :

- Jika $t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < +t_{tabel}$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak, atau
- Probabilitas signifikan $> \alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- Probabilitas signifikan $\leq \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

1. Pengujian t_{hitung} pada variabel Bukti Langsung (X_1)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1 = 100-5-1 = 94)$ diperoleh $t_{tabel} = \pm 1,9855$. Hasil perhitungan pada regresi berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,527. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,527 > 1,9855$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pada variabel Bukti Langsung secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung} sebesar 0,000 yang nilai lebih kecil dari 0,05.

2. Pengujian t_{hitung} pada variabel Keandalan (X_2).

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1)$ diperoleh $t_{tabel} = \pm 1,9855$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,760. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,760 > 1,9855$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pada variabel Keandalan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung} sebesar 0,000 yang nilai lebih kecil dari 0,05.

3. Pengujian terhadap koefisien regresi Daya Tanggap (X_3)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan df $(N-k-1)$ diperoleh $t_{\text{tabel}} = \pm 1,9855$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,245. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,245 > 1,9855$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pada variabel Daya Tanggap secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung} sebesar 0,027 yang nilai lebih kecil dari 0,05.

4. Pengujian t_{hitung} pada variabel Jaminan (X_4)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan df $(N-k-1)$ diperoleh $t_{\text{tabel}} = \pm 1,9855$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,781. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,781 > 1,9855$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pada variabel Jaminan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung} sebesar 0,007 yang nilai lebih kecil dari 0,05.

5. Pengujian t_{hitung} pada Variabel Empati (X_5)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan df $(N-k-1)$ diperoleh $t_{\text{tabel}} = \pm 1,9855$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,147. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,147 >$

1,9855) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pada variabel Empati secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung} sebesar 0,034 yang nilai lebih kecil dari 0,05.

4.3.2.4. Variabel Dominan

Untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh diantara kelima variabel dari Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen digunakan koefisien determinasi parsial (r^2). Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh koefisien determinasi parsial untuk masing-masing variabel sebagai berikut :

Tabel 4.14
Koefisien Determinasi Parsial

Variabel	r	r^2
Bukti Langsung (X_1)	0.495	0.245
Keandalan (X_2)	0.441	0.194
Daya Tanggap (X_3)	0.226	0.051
Jaminan (X_4)	0.276	0.076
Empati (X_5)	0.216	0.047

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi parsial (r^2) untuk variabel bukti langsung diperoleh r^2 terbesar yaitu sebesar 0,245. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bukti langsung mempunyai pengaruh yang dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Sakit Pertamina Cilacap.

4.4. Pembahasan

Pembahasan tentang kualitas pelayanan beserta pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen didasarkan pada hasil analisis data. Tahapan pembahasan dimulai dari analisis pengaruh Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Bukti Langsung (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4) dan Empati (X_5) terhadap Kepuasan Konsumen diuji secara bersama-sama dan secara parsial.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan atau kualitas jasa merupakan sebuah evaluasi jangka panjang konsumen terhadap pelayanan jasa yang didapatkan dari suatu perusahaan. Hasil analisis regresi menyebutkan bahwa secara bersama-sama Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Pelanggan akan mengalami berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah merasakan jasa yang mereka beli sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi. Sebelum konsumen membeli suatu jasa, mereka mempunyai harapan tentang kualitas dari jasa tersebut yang didasarkan pada kebutuhan-kebutuhan pribadi, pengalaman yang mereka dapatkan sebelumnya, rekomendasi dari mulut ke mulut, serta iklan penyedia jasa. Kepuasan pelanggan merupakan satu tolok ukur kesuksesan bagi perusahaan terutama bagi sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Apabila konsumen telah merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka barang atau jasa yang diberikan tersebut dapat dikatakan

berkualitas. Demikian halnya dengan Rumah Sakit Pertamina di Cilacap, kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen akan menimbulkan penilaian tentang kepuasan yang akan dirasakan oleh konsumen, oleh sebab itu untuk mendapatkan kepuasan konsumen pihak rumah sakit berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

2. Pengaruh Variabel Bukti Langsung terhadap Kepuasan Konsumen

Bukti Langsung yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Berdasarkan analisis regresi Bukti Langsung mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini juga diperkuat dengan skor jawaban rata-rata variabel Bukti Langsung sebesar 3,71 dan penilaian terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 3,75 yang menunjukkan penilaian yang tinggi. Kelengkapan, kesiapan dan kebersihan alat-alat yang dipakai, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan dan pegawai akan mempengaruhi evaluasi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan rumah sakit tersebut. Oleh sebab itu penampilan secara fisik dari rumah sakit akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi konsumen.

3. Pengaruh Variabel Keandalan terhadap Kepuasan Konsumen

Keandalan yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan. Berdasarkan analisis regresi keandalan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini juga diperkuat dengan skor

jawaban rata-rata variabel keandalan sebesar 3,59 dan penilaian terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 3,75 yang menunjukkan penilaian yang tinggi. Dengan prosedur penerimaan pasien yang cepat dan tepat, pelayanan pemeriksaan, pengobatan dan perawatan yang cepat dan tepat, prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit dapat menimbulkan kepuasan terhadap konsumen sehingga konsumen merasa diperhatikan oleh pihak rumah sakit.

4. Pengaruh Variabel Daya Tanggap terhadap Kepuasan Konsumen

Yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Berdasarkan analisis regresi Daya Tanggap mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini juga diperkuat dengan skor jawaban rata-rata variabel Daya Tanggap sebesar 3,67 dan penilaian terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 3,75 yang menunjukkan penilaian yang tinggi. Kemampuan dokter dan perawat untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pasien, petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti serta tindakan cepat pada saat pasien membutuhkan akan menimbulkan kepercayaan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pegawai sehingga akan menimbulkan kepuasan terhadap konsumen.

5. Pengaruh Variabel Jaminan terhadap Kepuasan Konsumen

Jaminan mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari biaya, resiko dan keraguan. Berdasarkan analisis regresi Jaminan mempunyai pengaruh

signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini juga diperkuat dengan skor jawaban rata-rata variabel jaminan sebesar 3,61 dan penilaian terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 3,75 yang menunjukkan penilaian yang tinggi. Pengetahuan dan kemampuan para dokter menetapkan diagnosa penyakit, pelayanan yang ramah dan sopan, serta jaminan keamanan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan akan menimbulkan perasaan puas dan ketenangan terhadap diri konsumen, sehingga akan menimbulkan perasaan puas terhadap *assurance* atau jaminan yang telah diberikan oleh pihak rumah sakit.

5. Pengaruh Variabel Empati terhadap Kepuasan Konsumen

Empati yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan. Berdasarkan analisis regresi Empati mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini juga diperkuat dengan skor jawaban rata-rata variabel empati sebesar 3,67 dan penilaian terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 3,75 yang menunjukkan penilaian yang tinggi. Perusahaan atau pihak rumah sakit yang terdiri dari dokter, perawat dan pegawai rumah sakit yang memberikan perhatian secara khusus kepada setiap pasien, adanya perhatian terhadap keluhan pasien dan keluarga serta pelayanan kepada semua pasien tanpa memandang status sosial akan dapat menimbulkan rasa puas terhadap diri konsumen karena mereka merasa diperhatikan secara pribadi sehingga akan tumbuh perasaan merasa dihargai dan disayangi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Berdasarkan analisis kualitatif dapat diketahui bahwa responden memberikan penilaian yang tinggi terhadap variabel Bukti Langsung dengan rata-rata jawaban 3,71, Keandalan dengan rata-rata jawaban 3,59, Daya Tanggap dengan rata-rata jawaban 3,67, Jaminan dengan rata-rata jawaban 3,61, Empati dengan rata-rata jawaban 3,67 dan variabel Kepuasan Konsumen dengan rata-rata jawaban 3,75.
2. Berdasarkan uji F dapat disimpulkan secara bersama-sama Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Bukti Langsung (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5), mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Sakit Pertamina Cilacap. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai Fhitung = 34,338 lebih besar dari F tabel = 2,3113. Sedangkan besarnya pengaruh kelima variabel bebas tersebut terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 64,6% sedangkan sisanya 35,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
3. Berdasarkan uji t, Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati secara parsial

berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Ini dapat dibuktikan dengan harga t_{hitung} dari masing-masing variabel yaitu Bukti Langsung ($t_{hitung}=5,527$), Keandalan ($t_{hitung}=4,760$), Daya Tanggap ($t_{hitung}=2,245$), Jaminan ($t_{hitung}=2,781$) dan Empati ($t_{hitung}=3,838$) lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar 1,9855.

4. Variabel Bukti Langsung merupakan variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dapat diketahui pada koefisien determinasi (r^2) dari variabel Bukti Langsung (X_1) mempunyai nilai terbesar yaitu sebesar 0,245 dan Keandalan (X_2) mempunyai nilai terbesar kedua yaitu sebesar 0,194 dibandingkan variabel yang lain, yaitu Daya Tanggap (X_3) sebesar 0,051, Jaminan (X_4) sebesar 0,076, dan Empati (X_5) sebesar 0,047.

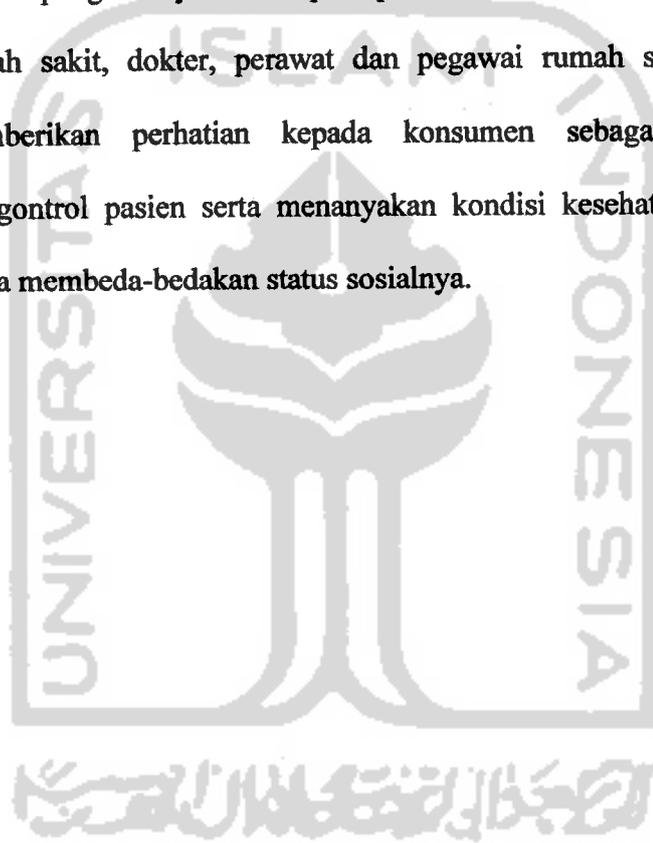
B. Saran

Berdasar kesimpulan diatas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi Rumah Sakit Pertamina Cilacap berkaitan dengan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

1. Saran yang diusulkan adalah mempertahankan atau bahkan meningkatkan Kualitas Pelayanan khususnya variabel Bukti Langsung karena berdasarkan penelitian variabel ini mempunyai pengaruh yang dominan terhadap Kepuasan Konsumen. Misalnya selalu tersedianya peralatan peralatan yang dipakai dengan harapan pada saat peralatan akan digunakan dapat cepat disiapkan agar pasien tidak terlalu lama dirawat.

Selalu menjaga kebersihan rumah sakit yaitu dengan adanya tempat sampah di berbagai tempat di luar maupun di dalam ruangan, serta cleaning service yang selalu membersihkan rumah sakit.

2. Disarankan pihak rumah sakit memperhatikan variabel Empati karena berdasarkan hasil penelitian, variabel ini merupakan variabel yang paling rendah pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen. Disarankan kepada rumah sakit, dokter, perawat dan pegawai rumah sakit untuk selalu memberikan perhatian kepada konsumen sebagai contoh selalu mengontrol pasien serta menanyakan kondisi kesehatannya setiap saat tanpa membeda-bedakan status sosialnya.



Daftar Pustaka

- Azwar, Saifuddin. (2006). *Reliabilitas dan Validitas*. (Edisi 3). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Christopher H. Lovelock dan L.K Wright (terj) (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Dihasmara, N. (2005). *Analisis Kualitas Jasa Pelayanan Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap RSUD Wates Kulonprogo*. Skripsi sarjana (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UMY.
- Harper. W. Boyd, O. C. Walker, J. C. Larreche (terj.) (2000). *Manajemen Pemasaran; Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*. (Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong (terj.) (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa; Teori dan Praktik*. (Edisi 1). Jakarta: Salemba Empat.
- Purnama, Nursya'bani. (2006). *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. (Edisi 1). Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII .
- Sabarguna, Boy S. (2004). *Quality Assurance Pelayanan Rumah Sakit*. Yogyakarta: Konsorsium Rumah sakit Islam Jateng-DIY.
- _____ (2005). *Sistem Informasi Rumah Sakit*. Yogyakarta: Konsorsium Rumah Sakit Islam Jateng-DIY.
- Sabarguna, Boy S dan Sumarni. (2003). *Sumber Daya Manusia Rumah Sakit*. Yogyakarta: Konsorsium Rumah Sakit Islam Jateng-DIY.
- Sugiyono. (2005). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Supranto, Johannes. (2001). *Statistik; Untuk Pemimpin Berwawasan Global*. (Edisi 1). Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. (Edisi 2). Yogyakarta: Andi Offset
- Yamit, Zulian. (2001). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. (Edisi 1). Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII.

Lampiran 1



REKAPITULASI DATAPENELITIAN 100 RESPONDEN

No	Tangibles (X1)			Reliability (X2)			Responsiveness (X3)			Assurance (X4)			Empathy (X5)			Kepuasan Konsumen (Y)								
	X1.1	X1.2	X1.3	Rata2	X2.1	X2.2	X2.3	Rata2	X3.1	X3.2	X3.3	Rata2	X4.1	X4.2	X4.3	Rata2	X5.1	X5.2	X5.3	Rata2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Rata2
1	4	5	5	4,67	3	4	3	3,33	4	4	5	4,33	4	4	5	4,33	4	4	4	4,00	5	4	4	4,33
2	3	4	4	3,67	3	3	3	3,00	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00	4	3	2	3,00	4	3	4	3,67
3	4	4	3	3,67	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	4	3	3,33	4	4	3	3,67	4	3	4	3,67
4	3	3	3	3,00	4	3	4	3,67	2	2	3	2,33	5	4	3	4,00	3	4	4	3,67	3	3	4	3,33
5	3	3	4	3,33	3	5	5	4,33	4	3	4	3,67	4	4	3	3,67	3	4	3	3,33	4	4	3	3,67
6	5	5	4	4,67	3	3	3	3,00	5	4	4	4,33	3	4	4	3,67	4	4	4	4,00	5	3	5	4,33
7	3	3	4	3,33	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	4	3	4	3,67	3	4	2	3,00	2	2	3	2,33
8	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	5	4	3	4,00	3	3	2	2,67	4	4	5	4,33
9	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	3	2	2	2,33	2	2	2	2,00	2	2	3	2,33	2	2	2	2,00
10	3	3	3	3,00	3	2	3	2,67	5	4	5	4,67	2	2	2	2,00	3	2	4	3,00	3	3	4	3,33
11	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67	5	5	4	4,67	4	3	3	3,33	3	4	3	3,33	4	4	3	3,67
12	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	2	3	2	2,33	5	5	5	5,00	3	2	3	2,67	3	3	4	3,33
13	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	4	4	5	4,33	4	4	4	4,00	3	3	4	3,33
14	5	4	5	4,67	5	4	5	4,67	4	4	3	3,67	4	2	3	3,00	4	4	4	4,00	5	5	5	5,00
15	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	2	3	2,67	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	4	3	2	3,00
16	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00	3	3	4	3,33	4	3	4	3,67	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
17	4	5	4	4,33	5	4	5	4,67	3	4	4	3,67	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00	4	5	5	4,67
18	4	3	3	3,33	5	4	5	4,67	3	4	4	3,67	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67	4	4	4	4,00
19	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	3	2	3	2,67	2	3	2	2,33	3	4	4	3,67	3	2	2	2,33
20	5	4	4	4,33	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	3	4	4,00	3	3	3	3,00	4	4	4	4,00
21	3	4	4	3,67	3	4	3	3,33	3	2	3	2,67	4	3	4	3,67	1	2	2	1,67	4	4	4	4,00
22	4	3	4	3,67	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67	3	3	4	3,33	2	3	3	2,67	3	4	4	3,67
23	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00	3	3	2	2,67	4	5	2	3,67	2	1	2	1,67	4	4	4	4,00
24	4	3	3	3,33	5	5	5	5,00	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	4	4	3	3,67	4	4	5	4,33
25	3	4	4	3,67	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67	4	4	4	4,00	5	4	5	4,67	4	4	4	4,00
26	5	5	5	5,00	4	3	3	3,33	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
27	5	5	4	4,67	2	2	3	2,33	4	3	4	3,67	4	4	5	4,33	4	4	4	4,00	3	4	3	3,33
28	4	5	4	4,33	3	3	3	3,00	3	4	4	3,67	5	3	5	4,33	2	1	2	1,67	3	3	4	3,33
29	3	3	4	3,33	3	2	3	2,67	5	4	4	4,33	3	3	3	3,00	4	3	4	3,67	2	4	4	3,33
30	4	4	3	3,67	2	4	4	3,33	4	4	4	4,00	4	4	3	3,67	4	3	3	3,33	4	3	4	3,67
31	4	4	3	3,67	5	4	4	4,33	4	3	4	3,67	5	4	4	4,33	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67
32	4	3	3	3,33	3	4	3	3,33	3	3	3	3,00	3	5	3	3,67	4	3	3	3,33	4	3	3	3,33
33	3	3	2	2,67	4	4	5	4,33	5	5	5	5,00	2	3	2	2,33	2	2	2	2,00	3	2	2	2,33
34	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67	3	4	5	4,00	4	4	4	4,00	4	4	3	3,67	4	5	4	4,33
35	4	4	4	4,00	3	3	4	3,33	4	3	3	3,33	4	3	4	3,67	3	4	3	3,33	4	4	4	4,00
36	3	3	3	3,00	3	2	2	2,33	2	2	2	2,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
37	3	3	3	3,00	4	4	4	4,00	4	5	5	4,67	4	4	3	3,67	3	3	3	3,00	4	2	3	3,00
38	3	3	4	3,33	4	5	4	4,33	5	5	4	4,67	4	4	3	3,67	3	3	3	3,00	4	3	4	3,67
39	4	3	4	3,67	2	3	3	2,67	3	4	4	3,67	5	4	4	4,33	5	5	5	5,00	4	3	4	3,67
40	4	4	4	4,00	3	2	4	3,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67	4	3	4	3,67

No	Tangibles (X1)			Reliability (X2)			Responsiveness (X3)			Assurance (X4)			Empathy (X5)			Keputusan Konsumen (Y)								
	X1.1	X1.2	X1.3	Rata2	X2.1	X2.2	X2.3	Rata2	X3.1	X3.2	X3.3	Rata2	X4.1	X4.2	X4.3	Rata2	X5.1	X5.2	X5.3	Rata2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Rata2
41	4	4	4	4,00	3	2	2	2,33	4	4	3	3,67	5	3	4	4,00	5	3	3	3,67	3	4	4	3,67
42	4	5	5	4,67	4	4	5	4,33	3	4	4	3,67	4	4	5	4,33	5	5	4	4,67	4	4	5	4,33
43	2	2	3	2,33	3	2	3	2,67	3	3	3	3,00	4	4	5	4,33	3	2	2	2,33	3	2	3	2,67
44	4	4	4	4,00	4	5	4	4,33	4	4	4	4,00	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00	4	5	4	4,33
45	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	3	3	3,33	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67
46	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	3	3,67	4	3	4	3,67	4	4	4	4,00
47	4	4	3	3,67	3	4	3	3,33	4	3	4	3,67	4	4	3	3,67	4	4	3	3,67	4	3	4	3,67
48	4	4	3	3,67	3	4	4	3,67	3	5	5	4,33	3	4	4	3,67	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
49	3	4	4	3,67	2	2	2	2,00	2	2	2	2,00	2	2	3	2,33	4	3	3	3,33	3	3	3	3,00
50	4	3	4	3,67	4	4	4	4,00	5	4	4	4,33	4	5	4	4,33	4	3	4	3,67	4	4	4	4,00
51	3	4	4	3,67	5	4	5	4,67	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	3	4	3	3,33	4	5	5	4,67
52	3	4	4	3,67	3	3	4	3,33	3	3	4	3,33	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	4	4	3	3,67
53	5	5	4	4,67	4	5	4	4,33	5	5	4	4,67	5	4	4	4,33	3	2	3	2,67	5	5	4	4,67
54	5	4	5	4,67	4	5	5	4,67	5	4	4	4,33	3	3	3	3,00	4	4	4	4,00	4	5	4	4,33
55	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	3	3,67	3	5	4	4,00	5	3	4	4,00
56	4	5	5	4,67	4	5	5	4,67	4	3	4	3,67	4	4	5	4,33	4	5	4	4,33	5	4	5	4,67
57	5	5	4	4,67	5	5	4	4,67	5	4	4	4,33	3	2	3	2,67	4	4	4	4,00	4	5	5	4,67
58	5	4	4	4,33	5	4	5	4,67	5	4	4	4,33	3	4	3	3,67	5	5	4	4,00	4	5	5	4,67
59	4	4	4	4,00	3	2	3	2,67	2	2	2	2,00	3	4	3	3,33	4	5	4	4,00	5	2	2	2,00
60	3	2	3	2,67	4	4	3	3,67	4	4	3	3,67	3	3	3	3,00	5	5	5	5,00	3	3	3	3,00
61	4	3	3	3,33	3	3	4	3,33	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	4	5	4	4,00	4	4	4	4,00
62	4	4	3	3,67	3	4	4	3,67	4	3	4	3,67	3	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67
63	3	4	2	3,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2,00	3	3	3	3,00	3	4	3	3,33	3	3	2	2,67
64	2	3	3	2,67	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67
65	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
66	3	4	5	4,00	3	3	2	2,67	4	5	4	4,33	4	3	4	3,67	4	5	4	4,33	4	4	5	4,33
67	4	3	4	3,67	2	2	2	2,00	4	4	3	3,67	4	4	3	3,67	5	4	2	3,67	3	4	4	3,67
68	4	5	5	4,67	3	4	4	3,67	4	4	4	4,00	3	5	3	3,67	4	5	3	4,00	4	4	5	4,33
69	3	4	4	3,67	3	3	2	2,67	4	5	4	4,33	4	3	4	3,67	3	1	3	2,33	4	4	3	3,67
70	3	3	3	3,00	4	4	5	4,33	3	3	3	3,00	5	4	4	4,33	5	2	5	4,00	3	4	3	3,33
71	5	4	4	4,33	4	4	3	3,67	5	4	4	4,33	4	4	4	4,00	5	5	5	5,00	4	5	4	4,33
72	4	4	3	3,67	2	2	2	2,00	4	4	3	3,67	4	4	3	3,67	4	4	4	4,33	3	4	4	3,67
73	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	5	5	5,00	4	3	4	3,67	4	4	4	4,00
74	4	3	4	3,67	3	3	4	3,33	4	4	4	4,00	3	3	2	2,67	5	4	4	4,33	3	4	4	3,67
75	3	3	3	3,00	3	4	3	3,33	3	4	3	3,33	4	4	4	4,00	3	2	3	2,67	2	4	4	3,33
76	5	5	4	4,67	5	4	4	4,33	4	5	4	4,33	3	3	3	3,00	4	5	5	4,67	4	5	5	4,67
77	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67	3	4	4	3,67	4	2	3	3,00	4	4	4	4,00
78	4	5	4	4,33	5	4	5	4,67	5	4	4	4,33	3	4	3	3,33	4	5	4	4,33	4	5	5	4,67
79	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	5	5	4,67	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
80	5	5	4	4,67	5	4	5	4,67	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	4	5	5	4,67	5	5	5	5,00

No	Tangibles (X1)			Reliability (X2)			Responsiveness (X3)			Assurance (X4)			Emphaty (X5)			Kepuasan Konsumen (Y)								
	X1.1	X1.2	X1.3	Rata2	X2.1	X2.2	X2.3	Rata2	X3.1	X3.2	X3.3	Rata2	X4.1	X4.2	X4.3	Rata2	X5.1	X5.2	X5.3	Rata2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Rata2
	4	5	4	4,33	3	4	3	3,33	5	3	5	4,33	2	3	4	3,00	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
81	4	5	4	4,33	3	4	3	3,33	5	3	5	4,33	2	3	4	3,00	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
82	5	4	5	4,67	4	4	4	4,00	4	4	3	3,67	5	3	2	3,33	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
83	4	4	3	3,67	3	3	3	3,00	3	5	3	3,67	3	3	3	3,00	5	4	5	4,67	3	4	4	3,67
84	3	3	3	3,00	4	4	3	3,67	4	4	5	4,33	3	2	3	2,67	4	4	4	4,00	4	4	3	3,67
85	4	3	4	3,67	3	3	4	3,33	4	4	4	4,00	2	3	2	2,33	2	3	2	2,33	3	2	2	2,33
86	4	5	4	4,33	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	3	2	3	2,67	4	5	5	4,67	5	4	5	4,67
87	3	4	4	3,67	4	3	3	3,33	5	4	4	4,33	4	3	4	3,67	4	4	4	4,00	4	4	3	3,67
88	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	4	3	3,33	4	3	4	3,67	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
89	3	3	3	3,00	3	2	3	2,67	4	4	3	3,67	3	2	3	2,67	2	2	2	2,00	3	3	3	3,00
90	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67	4	4	3	3,67	5	4	5	4,67	4	3	4	3,67
91	4	4	4	4,00	4	4	3	3,67	3	4	4	3,67	2	3	3	3,00	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67
92	4	3	3	3,33	4	4	4	4,00	4	4	3	3,67	4	3	4	3,67	5	5	4	4,67	4	4	4	4,00
93	3	2	3	2,67	4	3	4	3,67	3	3	3	3,00	3	2	3	2,67	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
94	2	2	3	2,33	2	3	2	2,33	2	2	2	2,00	3	3	3	3,00	4	4	4	4,00	2	3	3	2,67
95	3	4	4	3,67	4	4	3	3,67	4	4	4	3,67	4	4	4	4,00	4	4	3	3,00	4	4	4	4,00
96	4	4	4	4,00	4	3	3	3,33	5	4	4	4,33	3	5	4	4,00	4	3	3	3,33	4	4	3	3,67
97	2	3	2	2,33	4	4	3	3,67	3	2	2	2,33	4	3	4	3,67	3	3	4	3,33	4	4	3	3,67
98	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	3	5	4,00	4	5	5	4,67	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
99	4	3	4	3,67	4	3	4	3,67	3	3	3	3,00	3	4	3	3,33	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67
100	2	2	2	2,00	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	4	4	4	3,67	3	3	3	3,00	3	3	2	2,67
Rata2	3,73	3,75	3,65	3,71	3,59	3,54	3,63	3,59	3,71	3,65	3,64	3,67	3,69	3,58	3,56	3,61	3,75	3,65	3,61	3,67	3,72	3,70	3,82	3,75



Lampiran 2



DATA RATA-RATA PENELITIAN 100 RESPONDEN

NO	X1	X2	X3	X4	X5	Y	NO	X1	X2	X3	X4	X5	Y
1	4,67	3,33	4,33	4,33	4,00	4,33	51	3,67	4,67	5,00	5,00	3,33	4,67
2	3,67	3,00	3,67	4,00	3,00	3,67	52	3,67	3,33	3,33	3,00	3,00	3,67
3	3,67	3,00	3,00	3,33	3,67	3,67	53	4,67	4,33	4,67	4,33	2,67	4,67
4	3,00	3,67	2,33	4,00	3,67	3,33	54	4,67	4,67	4,33	3,00	4,00	4,33
5	3,33	4,33	3,67	3,67	3,33	3,67	55	4,00	4,00	4,00	3,67	4,00	4,00
6	4,67	3,00	4,33	3,67	4,00	4,33	56	4,67	4,67	3,67	4,33	4,33	4,67
7	3,33	3,00	3,00	3,67	3,00	2,33	57	4,67	4,67	4,33	2,67	4,00	4,67
8	4,00	4,00	3,00	4,00	2,67	4,33	58	4,33	4,67	4,67	3,67	4,67	4,67
9	2,00	4,00	2,33	2,00	2,33	2,00	59	4,00	2,67	2,00	3,33	4,67	2,00
10	3,00	2,67	4,67	2,00	3,00	3,33	60	2,67	3,67	3,67	3,00	5,00	3,00
11	4,00	3,67	4,67	3,33	3,33	3,67	61	3,33	3,33	4,00	3,00	3,67	4,00
12	3,00	3,00	2,33	5,00	2,67	3,33	62	3,67	3,67	3,67	3,67	4,00	3,67
13	4,00	4,00	3,00	4,33	4,00	3,33	63	3,00	2,00	2,00	3,00	3,33	2,67
14	4,67	4,67	3,67	3,00	4,00	5,00	64	2,67	3,00	3,33	3,67	4,00	3,67
15	3,00	3,00	2,67	3,00	3,00	3,00	65	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
16	3,67	4,00	3,33	3,67	4,00	4,00	66	4,00	2,67	4,33	3,67	4,33	4,33
17	4,33	4,67	3,67	5,00	4,00	4,67	67	3,67	2,00	3,67	3,67	3,67	3,67
18	3,33	4,67	3,67	4,00	3,67	4,00	68	4,67	3,67	4,00	3,67	4,00	4,33
19	4,00	3,00	2,67	2,33	3,67	2,33	69	3,67	2,67	4,33	3,67	2,33	3,67
20	4,33	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	70	3,00	4,33	3,00	4,33	4,00	3,33
21	3,67	3,33	2,67	3,67	1,67	4,00	71	4,33	3,67	4,33	4,00	5,00	4,33
22	3,67	4,00	3,67	3,33	2,67	3,67	72	3,67	2,00	3,67	3,67	4,33	3,67
23	3,67	4,00	2,67	3,67	1,67	4,00	73	3,67	4,00	4,00	5,00	3,67	4,00
24	3,33	5,00	3,00	3,33	3,67	4,33	74	3,67	3,33	4,00	2,67	4,33	3,67
25	3,67	4,00	3,67	4,00	4,67	4,00	75	3,00	3,33	3,33	4,00	2,67	3,33
26	5,00	3,33	4,00	4,33	5,00	5,00	76	4,67	4,33	4,33	3,00	4,67	4,67
27	4,67	2,33	3,67	4,33	4,00	3,33	77	3,67	4,00	3,67	3,67	3,00	4,00
28	4,33	3,00	3,67	4,33	1,67	3,33	78	4,33	4,67	4,33	3,33	4,33	4,67
29	3,33	2,67	4,33	3,00	3,67	3,33	79	3,67	4,00	4,00	4,67	4,00	4,00
30	3,67	3,33	4,00	3,67	3,33	3,67	80	4,67	4,67	4,00	3,00	4,67	5,00
31	3,67	4,33	3,67	4,33	4,00	3,67	81	4,33	3,33	4,33	3,00	5,00	4,00
32	3,33	3,33	3,00	3,67	3,33	3,33	82	4,67	4,00	3,67	3,33	5,00	4,00
33	2,67	4,33	5,00	2,33	2,00	2,33	83	3,67	3,00	3,67	3,00	4,67	3,67
34	4,00	3,67	4,00	4,00	3,67	4,33	84	3,00	3,67	4,33	2,67	4,00	3,67
35	4,00	3,33	3,33	3,67	3,33	4,00	85	3,67	3,33	4,00	2,33	2,33	2,33
36	3,00	2,33	2,00	3,00	3,00	3,00	86	4,33	5,00	5,00	2,67	4,67	4,67
37	3,00	4,00	4,67	3,67	3,00	3,00	87	3,67	3,33	4,33	3,67	4,00	3,67
38	3,33	4,33	4,67	3,67	3,00	3,67	88	4,00	4,00	3,33	3,67	4,00	4,00
39	3,67	2,67	3,67	4,33	5,00	3,67	89	3,00	2,67	3,67	2,67	2,00	3,00
40	4,00	3,00	4,00	4,00	3,67	3,67	90	3,67	4,00	3,67	3,67	4,67	3,67
41	4,00	2,33	3,67	4,00	3,67	3,67	91	4,00	3,67	3,67	2,67	3,67	3,67
42	4,67	4,33	3,67	4,33	4,67	4,33	92	3,33	4,00	3,67	3,67	4,67	4,00
43	2,33	2,67	3,00	4,33	2,33	2,67	93	2,67	3,67	3,00	2,67	4,00	4,00
44	4,00	4,33	4,00	5,00	4,00	4,33	94	2,33	2,33	2,00	3,00	4,00	2,67
45	4,00	4,00	3,33	3,67	4,00	3,67	95	3,67	3,67	3,67	4,00	3,00	4,00
46	4,00	4,00	4,00	3,67	3,67	4,00	96	4,00	3,33	4,33	4,00	3,33	3,67
47	3,67	3,33	3,67	3,67	3,67	3,67	97	2,33	3,67	2,33	3,67	3,33	3,67
48	3,67	3,67	4,33	3,67	5,00	4,00	98	4,00	4,00	4,00	4,67	4,00	4,00
49	3,67	2,00	2,00	2,33	3,33	3,00	99	3,67	3,67	3,00	3,33	4,00	3,67
50	3,67	4,00	4,33	4,33	3,67	4,00	100	2,00	2,00	4,00	3,67	3,00	2,67

Lampiran 3



Uji Validitas Variabel Bukti Langsung (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	TOT X1
X1.1	Pearson Correlation	1.000	.652**	.509**	.853*
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.652**	1.000	.571**	.882*
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.509**	.571**	1.000	.808*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
TOT_X1	Pearson Correlation	.853**	.882**	.808**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Bukti Langsung (X1)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 3

Alpha = .8046

Uji Validitas Variabel Keandalan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	TOT X2
X2.1	Pearson Correlation	1.000	.645**	.715**	.886*
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.645**	1.000	.666**	.871*
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.715**	.666**	1.000	.899*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
TOT_X2	Pearson Correlation	.886**	.871**	.899**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Keandalan (X2)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 3

Alpha = .8616

Uji Validitas Variabel Daya Tanggap (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	TOT X3
X3.1	Pearson Correlation	1.000	.601**	.613**	.858*
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.601**	1.000	.634**	.864*
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.613**	.634**	1.000	.865*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
TOT_X3	Pearson Correlation	.858**	.864**	.865**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Daya Tanggap (X3)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 3

Alpha = .8277

Uji Validitas Variabel Jaminan (X4)

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	TOT X4
X4.1	Pearson Correlation	1.000	.453**	.554**	.827*
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.453**	1.000	.463**	.778*
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.554**	.463**	1.000	.832*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
TOT_X4	Pearson Correlation	.827**	.778**	.832**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Jaminan (X4)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 3

Alpha = .7431

Uji Validitas Variabel Empati (X5)

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	TOT X5
X5.1	Pearson Correlation	1.000	.627**	.673**	.873*
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.627**	1.000	.589**	.867*
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.673**	.589**	1.000	.862*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
TOT_X5	Pearson Correlation	.873**	.867**	.862**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Empati (X5)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 3

Alpha = .8317

Lampiran 4



Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	TOT_Y
Y1.1	Pearson Correlation	1.000	.474**	.515**	.785*
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.474**	1.000	.595**	.841*
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.515**	.595**	1.000	.856*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
TOT_Y	Pearson Correlation	.785**	.841**	.856**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 3

Alpha = .7708

Frequency Table

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 20 tahun	16	16.0	16.0	16.0
20 tahun s/d 30 tahun	31	31.0	31.0	47.0
> 30 tahun	53	53.0	53.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	40	40.0	40.0	40.0
Wanita	60	60.0	60.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	1	1.0	1.0	1.0
SMP	2	2.0	2.0	3.0
SMU	43	43.0	43.0	46.0
Perguruan Tinggi	54	54.0	54.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Penghasilan per bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 1.000.000	39	39.0	39.0	39.0
Rp 1.000.000 s/d Rp 2.000.000	13	13.0	13.0	52.0
> Rp 2.000.000	48	48.0	48.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5



Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan Konsumen (Y)	3.7472	.6484	100
Bukti Langsung (X1)	3.7109	.6443	100
Keandalan (X2)	3.5868	.7451	100
Daya Tanggap (X3)	3.6670	.7153	100
Jaminan (X4)	3.6105	.6716	100
Empati (X5)	3.6705	.8021	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Empati (X5), Jaminan (X4), Daya Tanggap (X3), Keandalan (X2), Bukti Langsung (X1)	.	Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 ^a	.646	.627	.3958

- a. Predictors: (Constant), Empati (X5), Jaminan (X4), Daya Tanggap (X3), Keandalan (X2), Bukti Langsung (X1)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.893	5	5.379	34.338	.000 ^a
	Residual	14.724	94	.157		
	Total	41.617	99			

- a. Predictors: (Constant), Empati (X5), Jaminan (X4), Daya Tanggap (X3), Keandalan (X2), Bukti Langsung (X1)
 b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	.335	.335		1.002	.319			
	Bukti Langsung (X1)	.410	.074	.408	5.527	.000	.669	.495	.339
	Keandalan (X2)	.280	.059	.321	4.760	.000	.562	.441	.292
	Daya Tanggap (X3)	.141	.063	.156	2.245	.027	.477	.226	.138
	Jaminan (X4)	.170	.061	.176	2.781	.007	.343	.276	.171
	Empati (X5)	.116	.054	.144	2.147	.034	.406	.216	.132

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)



Lampiran 6



TABEL DISTRIBUSI - t

DF	α					DF	α				
	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1		0,005	0,01	0,025	0,05	0,1
1	63,6567	25,4517	12,7062	6,3138	3,0777	66	2,6524	2,2937	1,9966	1,6683	1,2945
2	9,9248	6,2053	4,3027	2,9200	1,8856	67	2,6512	2,2929	1,9960	1,6679	1,2943
3	5,8409	4,1765	3,1824	2,3534	1,6377	68	2,6501	2,2921	1,9955	1,6676	1,2941
4	4,6041	3,4954	2,7764	2,1318	1,5332	69	2,6490	2,2914	1,9949	1,6672	1,2939
5	4,0321	3,1634	2,5706	2,0150	1,4759	70	2,6479	2,2906	1,9944	1,6669	1,2938
6	3,7074	2,9687	2,4469	1,9432	1,4398	71	2,6469	2,2899	1,9939	1,6666	1,2936
7	3,4995	2,8412	2,3646	1,8946	1,4149	72	2,6459	2,2892	1,9935	1,6663	1,2934
8	3,3554	2,7515	2,3060	1,8595	1,3968	73	2,6449	2,2886	1,9930	1,6660	1,2933
9	3,2498	2,6850	2,2622	1,8331	1,3830	74	2,6439	2,2879	1,9925	1,6657	1,2931
10	3,1693	2,6338	2,2281	1,8125	1,3722	75	2,6430	2,2873	1,9921	1,6654	1,2929
11	3,1058	2,5931	2,2010	1,7959	1,3634	76	2,6421	2,2867	1,9917	1,6652	1,2928
12	3,0545	2,5600	2,1788	1,7823	1,3562	77	2,6412	2,2861	1,9913	1,6649	1,2926
13	3,0123	2,5326	2,1604	1,7709	1,3502	78	2,6403	2,2855	1,9908	1,6646	1,2925
14	2,9768	2,5096	2,1448	1,7613	1,3450	79	2,6395	2,2849	1,9905	1,6644	1,2924
15	2,9467	2,4899	2,1314	1,7531	1,3406	80	2,6387	2,2844	1,9901	1,6641	1,2922
16	2,9208	2,4729	2,1199	1,7459	1,3368	81	2,6379	2,2838	1,9897	1,6639	1,2921
17	2,8982	2,4581	2,1098	1,7396	1,3334	82	2,6371	2,2833	1,9893	1,6636	1,2920
18	2,8784	2,4450	2,1009	1,7341	1,3304	83	2,6364	2,2828	1,9890	1,6634	1,2918
19	2,8609	2,4334	2,0930	1,7291	1,3277	84	2,6356	2,2823	1,9886	1,6632	1,2917
20	2,8453	2,4231	2,0860	1,7247	1,3253	85	2,6349	2,2818	1,9883	1,6630	1,2916
21	2,8314	2,4138	2,0796	1,7207	1,3232	86	2,6342	2,2813	1,9879	1,6628	1,2915
22	2,8188	2,4055	2,0739	1,7171	1,3212	87	2,6335	2,2809	1,9876	1,6626	1,2914
23	2,8073	2,3979	2,0687	1,7139	1,3195	88	2,6329	2,2804	1,9873	1,6624	1,2912
24	2,7969	2,3909	2,0639	1,7109	1,3178	89	2,6322	2,2800	1,9870	1,6622	1,2911
25	2,7874	2,3846	2,0595	1,7081	1,3163	90	2,6316	2,2795	1,9867	1,6620	1,2910
26	2,7787	2,3788	2,0555	1,7056	1,3150	91	2,6309	2,2791	1,9864	1,6618	1,2909
27	2,7707	2,3734	2,0518	1,7033	1,3137	92	2,6303	2,2787	1,9861	1,6616	1,2908
28	2,7633	2,3685	2,0484	1,7011	1,3125	93	2,6297	2,2783	1,9858	1,6614	1,2907
29	2,7564	2,3638	2,0452	1,6991	1,3114	94	2,6291	2,2779	1,9855	1,6612	1,2906
30	2,7500	2,3596	2,0423	1,6973	1,3104	95	2,6286	2,2775	1,9853	1,6611	1,2905
31	2,7440	2,3556	2,0395	1,6955	1,3095	96	2,6280	2,2771	1,9850	1,6609	1,2904
32	2,7385	2,3518	2,0369	1,6939	1,3086	97	2,6275	2,2767	1,9847	1,6607	1,2903
33	2,7333	2,3483	2,0345	1,6924	1,3077	98	2,6269	2,2764	1,9845	1,6606	1,2902
34	2,7284	2,3451	2,0322	1,6909	1,3070	99	2,6264	2,2760	1,9842	1,6604	1,2902
35	2,7238	2,3420	2,0301	1,6896	1,3062	100	2,6259	2,2757	1,9840	1,6602	1,2901
36	2,7195	2,3391	2,0281	1,6883	1,3055	101	2,6254	2,2753	1,9837	1,6601	1,2900
37	2,7154	2,3363	2,0262	1,6871	1,3049	102	2,6249	2,2750	1,9835	1,6599	1,2899
38	2,7116	2,3337	2,0244	1,6860	1,3042	103	2,6244	2,2746	1,9833	1,6598	1,2898
39	2,7079	2,3313	2,0227	1,6849	1,3036	104	2,6239	2,2743	1,9830	1,6596	1,2897
40	2,7045	2,3289	2,0211	1,6839	1,3031	105	2,6235	2,2740	1,9828	1,6595	1,2897
41	2,7012	2,3267	2,0195	1,6829	1,3025	106	2,6230	2,2737	1,9826	1,6594	1,2896
42	2,6981	2,3246	2,0181	1,6820	1,3020	107	2,6226	2,2734	1,9824	1,6592	1,2895
43	2,6951	2,3226	2,0167	1,6811	1,3016	108	2,6221	2,2731	1,9822	1,6591	1,2894
44	2,6923	2,3207	2,0154	1,6802	1,3011	109	2,6217	2,2728	1,9820	1,6590	1,2894
45	2,6896	2,3189	2,0141	1,6794	1,3006	110	2,6213	2,2725	1,9818	1,6588	1,2893
46	2,6870	2,3172	2,0129	1,6787	1,3002	111	2,6208	2,2722	1,9816	1,6587	1,2892
47	2,6846	2,3155	2,0117	1,6779	1,2998	112	2,6204	2,2719	1,9814	1,6586	1,2892
48	2,6822	2,3139	2,0106	1,6772	1,2994	113	2,6200	2,2717	1,9812	1,6585	1,2891
49	2,6800	2,3124	2,0096	1,6766	1,2991	114	2,6196	2,2714	1,9810	1,6583	1,2890
50	2,6778	2,3109	2,0086	1,6759	1,2987	115	2,6193	2,2711	1,9808	1,6582	1,2890
51	2,6757	2,3095	2,0076	1,6753	1,2984	116	2,6189	2,2709	1,9806	1,6581	1,2889
52	2,6737	2,3082	2,0066	1,6747	1,2980	117	2,6185	2,2706	1,9804	1,6580	1,2888
53	2,6718	2,3069	2,0057	1,6741	1,2977	118	2,6181	2,2704	1,9803	1,6579	1,2888
54	2,6700	2,3056	2,0049	1,6736	1,2974	119	2,6178	2,2701	1,9801	1,6578	1,2887
55	2,6682	2,3044	2,0040	1,6730	1,2971	120	2,6174	2,2699	1,9799	1,6577	1,2886
56	2,6665	2,3033	2,0032	1,6725	1,2969	121	2,6171	2,2696	1,9798	1,6575	1,2886
57	2,6649	2,3022	2,0025	1,6720	1,2966	122	2,6167	2,2694	1,9796	1,6574	1,2885
58	2,6633	2,3011	2,0017	1,6716	1,2963	123	2,6164	2,2692	1,9794	1,6573	1,2885
59	2,6618	2,3000	2,0010	1,6711	1,2961	124	2,6161	2,2689	1,9793	1,6572	1,2884
60	2,6603	2,2990	2,0003	1,6706	1,2958	125	2,6157	2,2687	1,9791	1,6571	1,2884
61	2,6589	2,2981	1,9996	1,6702	1,2956	126	2,6154	2,2685	1,9790	1,6570	1,2883
62	2,6575	2,2971	1,9990	1,6698	1,2954	127	2,6151	2,2683	1,9788	1,6569	1,2883
63	2,6561	2,2962	1,9983	1,6694	1,2951	128	2,6148	2,2681	1,9787	1,6568	1,2882
64	2,6549	2,2954	1,9977	1,6690	1,2949	129	2,6145	2,2679	1,9785	1,6568	1,2881
65	2,6536	2,2945	1,9971	1,6686	1,2947	130	2,6142	2,2677	1,9784	1,6567	1,2881

Sumber : Database Microsoft Excel

TABEL F PADA α 5%

DF	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	161,4476	199,5000	215,7073	224,5832	230,1619	233,9860	236,7684	238,8827	240,5433	241,8817
2	18,5128	19,0000	19,1643	19,2468	19,2964	19,3295	19,3532	19,3710	19,3848	19,3959
3	10,1280	9,5521	9,2766	9,1172	9,0135	8,9406	8,8867	8,8452	8,8123	8,7855
4	7,7086	6,9443	6,5914	6,3882	6,2561	6,1631	6,0942	6,0410	5,9988	5,9644
5	6,6079	5,7861	5,4095	5,1922	5,0503	4,9503	4,8759	4,8183	4,7725	4,7351
6	5,9874	5,1433	4,7571	4,5337	4,3874	4,2839	4,2067	4,1468	4,0990	4,0600
7	5,5914	4,7374	4,3468	4,1203	3,9715	3,8660	3,7870	3,7257	3,6767	3,6365
8	5,3177	4,4590	4,0662	3,8379	3,6875	3,5806	3,5005	3,4381	3,3881	3,3472
9	5,1174	4,2565	3,8625	3,6331	3,4817	3,3738	3,2927	3,2296	3,1789	3,1373
10	4,9646	4,1028	3,7083	3,4780	3,3258	3,2172	3,1355	3,0717	3,0204	2,9782
11	4,8443	3,9823	3,5874	3,3567	3,2039	3,0946	3,0123	2,9480	2,8962	2,8536
12	4,7472	3,8853	3,4903	3,2592	3,1059	2,9961	2,9134	2,8486	2,7964	2,7534
13	4,6672	3,8056	3,4105	3,1791	3,0254	2,9153	2,8321	2,7669	2,7144	2,6710
14	4,6001	3,7389	3,3439	3,1122	2,9582	2,8477	2,7642	2,6987	2,6458	2,6022
15	4,5431	3,6823	3,2874	3,0556	2,9013	2,7905	2,7066	2,6408	2,5876	2,5437
16	4,4940	3,6337	3,2389	3,0069	2,8524	2,7413	2,6572	2,5911	2,5377	2,4935
17	4,4513	3,5915	3,1968	2,9647	2,8100	2,6987	2,6143	2,5480	2,4943	2,4499
18	4,4139	3,5546	3,1599	2,9277	2,7729	2,6613	2,5767	2,5102	2,4563	2,4117
19	4,3807	3,5219	3,1274	2,8951	2,7401	2,6283	2,5435	2,4768	2,4227	2,3779
20	4,3512	3,4928	3,0984	2,8661	2,7109	2,5990	2,5140	2,4471	2,3928	2,3479
21	4,3248	3,4668	3,0725	2,8401	2,6848	2,5727	2,4876	2,4205	2,3660	2,3210
22	4,3009	3,4434	3,0491	2,8167	2,6613	2,5491	2,4638	2,3965	2,3419	2,2967
23	4,2793	3,4221	3,0280	2,7955	2,6400	2,5277	2,4422	2,3748	2,3201	2,2747
24	4,2597	3,4028	3,0088	2,7763	2,6207	2,5082	2,4226	2,3551	2,3002	2,2547
25	4,2417	3,3852	2,9912	2,7587	2,6030	2,4904	2,4047	2,3371	2,2821	2,2365
26	4,2252	3,3690	2,9752	2,7426	2,5868	2,4741	2,3883	2,3205	2,2655	2,2197
27	4,2100	3,3541	2,9604	2,7278	2,5719	2,4591	2,3732	2,3053	2,2501	2,2043
28	4,1960	3,3404	2,9467	2,7141	2,5581	2,4453	2,3593	2,2913	2,2360	2,1900
29	4,1830	3,3277	2,9340	2,7014	2,5454	2,4324	2,3463	2,2783	2,2229	2,1768
30	4,1709	3,3158	2,9223	2,6896	2,5336	2,4205	2,3343	2,2662	2,2107	2,1646
31	4,1596	3,3048	2,9113	2,6787	2,5225	2,4094	2,3232	2,2549	2,1994	2,1532
32	4,1491	3,2945	2,9011	2,6684	2,5123	2,3991	2,3127	2,2444	2,1888	2,1425
33	4,1393	3,2849	2,8916	2,6589	2,5026	2,3894	2,3030	2,2346	2,1789	2,1325
34	4,1300	3,2759	2,8826	2,6499	2,4936	2,3803	2,2938	2,2253	2,1696	2,1231
35	4,1213	3,2674	2,8742	2,6415	2,4851	2,3718	2,2852	2,2167	2,1608	2,1143
36	4,1132	3,2594	2,8663	2,6335	2,4772	2,3638	2,2771	2,2085	2,1526	2,1061
37	4,1055	3,2519	2,8588	2,6261	2,4696	2,3562	2,2695	2,2008	2,1449	2,0982
38	4,0982	3,2448	2,8517	2,6190	2,4625	2,3490	2,2623	2,1936	2,1375	2,0909
39	4,0913	3,2381	2,8451	2,6123	2,4558	2,3423	2,2555	2,1867	2,1306	2,0839
40	4,0847	3,2317	2,8387	2,6060	2,4495	2,3359	2,2490	2,1802	2,1240	2,0772
41	4,0785	3,2257	2,8327	2,6000	2,4434	2,3298	2,2429	2,1740	2,1178	2,0710
42	4,0727	3,2199	2,8270	2,5943	2,4377	2,3240	2,2371	2,1681	2,1119	2,0650
43	4,0670	3,2145	2,8216	2,5888	2,4322	2,3185	2,2315	2,1625	2,1062	2,0593
44	4,0617	3,2093	2,8165	2,5837	2,4270	2,3133	2,2263	2,1572	2,1009	2,0539
45	4,0566	3,2043	2,8115	2,5787	2,4221	2,3083	2,2212	2,1521	2,0958	2,0487
46	4,0517	3,1996	2,8068	2,5740	2,4174	2,3035	2,2164	2,1473	2,0909	2,0438
47	4,0471	3,1951	2,8024	2,5695	2,4128	2,2990	2,2118	2,1427	2,0862	2,0391
48	4,0427	3,1907	2,7981	2,5652	2,4085	2,2946	2,2074	2,1382	2,0817	2,0346
49	4,0384	3,1866	2,7939	2,5611	2,4044	2,2904	2,2032	2,1340	2,0775	2,0303
50	4,0343	3,1826	2,7900	2,5572	2,4004	2,2864	2,1992	2,1299	2,0734	2,0261

Sumber : Database Microsoft Excel

Tabel F (Lanjutan)

DF	1	2	3	4	5	6	7	8	9	9
61	3,99849	3,14779	2,75548	2,52261	2,36566	2,2514	2,1639	2,0943	2,0374	1,9899
62	3,99589	3,14526	2,75297	2,52010	2,36313	2,2489	2,1613	2,0917	2,0348	1,9872
63	3,99336	3,14281	2,75054	2,51767	2,36068	2,2464	2,1588	2,0892	2,0322	1,9847
64	3,99092	3,14044	2,74819	2,51532	2,35832	2,2440	2,1564	2,0868	2,0298	1,9822
65	3,98856	3,13814	2,74592	2,51304	2,35603	2,2417	2,1541	2,0844	2,0274	1,9798
66	3,98627	3,13592	2,74371	2,51083	2,35381	2,2395	2,1518	2,0821	2,0251	1,9775
67	3,98405	3,13376	2,74157	2,50869	2,35166	2,2373	2,1497	2,0799	2,0229	1,9752
68	3,98190	3,13167	2,73950	2,50662	2,34957	2,2352	2,1475	2,0778	2,0207	1,9730
69	3,97981	3,12964	2,73749	2,50461	2,34755	2,2332	2,1455	2,0757	2,0186	1,9709
70	3,97778	3,12768	2,73554	2,50266	2,34559	2,2312	2,1435	2,0737	2,0166	1,9689
71	3,97581	3,12576	2,73365	2,50076	2,34368	2,2293	2,1415	2,0717	2,0146	1,9669
72	3,97390	3,12391	2,73181	2,49892	2,34183	2,2274	2,1397	2,0698	2,0127	1,9649
73	3,97204	3,12210	2,73002	2,49713	2,34003	2,2256	2,1378	2,0680	2,0108	1,9631
74	3,97023	3,12035	2,72828	2,49539	2,33828	2,2238	2,1360	2,0662	2,0090	1,9612
75	3,96847	3,11864	2,72659	2,49370	2,33658	2,2221	2,1343	2,0644	2,0073	1,9594
76	3,96676	3,11698	2,72494	2,49205	2,33492	2,2204	2,1326	2,0627	2,0055	1,9577
77	3,96509	3,11537	2,72334	2,49045	2,33331	2,2188	2,1310	2,0611	2,0039	1,9560
78	3,96347	3,11379	2,72178	2,48889	2,33174	2,2172	2,1294	2,0595	2,0022	1,9544
79	3,96189	3,11226	2,72026	2,48737	2,33021	2,2157	2,1278	2,0579	2,0007	1,9528
80	3,96035	3,11077	2,71879	2,48588	2,32872	2,2142	2,1263	2,0564	1,9991	1,9512
81	3,95885	3,10931	2,71734	2,48444	2,32727	2,2127	2,1248	2,0549	1,9976	1,9497
82	3,95739	3,10789	2,71594	2,48303	2,32585	2,2113	2,1234	2,0534	1,9961	1,9482
83	3,95596	3,10651	2,71457	2,48166	2,32447	2,2099	2,1220	2,0520	1,9947	1,9468
84	3,95457	3,10516	2,71323	2,48032	2,32313	2,2086	2,1206	2,0506	1,9933	1,9454
85	3,95321	3,10384	2,71192	2,47902	2,32181	2,2072	2,1193	2,0493	1,9919	1,9440
86	3,95188	3,10255	2,71065	2,47774	2,32053	2,2059	2,1180	2,0480	1,9906	1,9426
87	3,95059	3,10130	2,70940	2,47649	2,31928	2,2047	2,1167	2,0467	1,9893	1,9413
88	3,94932	3,10007	2,70819	2,47528	2,31805	2,2034	2,1155	2,0454	1,9880	1,9400
89	3,94808	3,09887	2,70700	2,47409	2,31686	2,2022	2,1143	2,0442	1,9868	1,9388
90	3,94688	3,09770	2,70584	2,47293	2,31569	2,2011	2,1131	2,0430	1,9856	1,9376
91	3,94569	3,09655	2,70470	2,47179	2,31455	2,1999	2,1119	2,0418	1,9844	1,9364
92	3,94454	3,09543	2,70359	2,47068	2,31343	2,1988	2,1108	2,0407	1,9833	1,9352
93	3,94341	3,09434	2,70251	2,46960	2,31234	2,1977	2,1097	2,0395	1,9821	1,9341
94	3,94230	3,09327	2,70145	2,46853	2,31127	2,1966	2,1086	2,0384	1,9810	1,9329
95	3,94122	3,09222	2,70041	2,46749	2,31022	2,1955	2,1075	2,0374	1,9799	1,9318
96	3,94016	3,09119	2,69939	2,46648	2,30920	2,1945	2,1065	2,0363	1,9789	1,9308
97	3,93913	3,09019	2,69840	2,46548	2,30820	2,1935	2,1054	2,0353	1,9778	1,9297
98	3,93811	3,08920	2,69742	2,46451	2,30722	2,1925	2,1044	2,0343	1,9768	1,9287
99	3,93712	3,08824	2,69647	2,46355	2,30626	2,1915	2,1035	2,0333	1,9758	1,9277
100	3,93614	3,08730	2,69553	2,46261	2,30532	2,1906	2,1025	2,0323	1,9748	1,9267

Sumber : Database Microsoft Excel

**TABEL KORELASI PEARSON PRODUCT MOMENT
PADA α 5 %**

DF	2-tailed	1-tailed	DF	2-tailed	1-tailed	DF	2-tailed	1-tailed
1	0,9969	0,9877	51	0,2704	0,2282	101	0,1936	0,1629
2	0,9500	0,9000	52	0,2679	0,2261	102	0,1927	0,1622
3	0,8783	0,8054	53	0,2654	0,2240	103	0,1917	0,1614
4	0,8114	0,7293	54	0,2630	0,2219	104	0,1908	0,1606
5	0,7545	0,6694	55	0,2607	0,2199	105	0,1899	0,1598
6	0,7067	0,6215	56	0,2584	0,2180	106	0,1891	0,1591
7	0,6664	0,5822	57	0,2562	0,2161	107	0,1882	0,1584
8	0,6319	0,5494	58	0,2540	0,2143	108	0,1873	0,1576
9	0,6021	0,5214	59	0,2519	0,2125	109	0,1865	0,1569
10	0,5760	0,4973	60	0,2499	0,2107	110	0,1856	0,1562
11	0,5529	0,4762	61	0,2479	0,2090	111	0,1848	0,1555
12	0,5324	0,4575	62	0,2459	0,2074	112	0,1840	0,1548
13	0,5140	0,4409	63	0,2440	0,2057	113	0,1832	0,1541
14	0,4973	0,4259	64	0,2421	0,2041	114	0,1824	0,1535
15	0,4821	0,4124	65	0,2403	0,2026	115	0,1816	0,1528
16	0,4683	0,4000	66	0,2385	0,2011	116	0,1808	0,1521
17	0,4555	0,3887	67	0,2368	0,1996	117	0,1801	0,1515
18	0,4438	0,3783	68	0,2351	0,1981	118	0,1793	0,1509
19	0,4329	0,3687	69	0,2334	0,1967	119	0,1786	0,1502
20	0,4227	0,3598	70	0,2318	0,1953	120	0,1778	0,1496
21	0,4132	0,3515	71	0,2302	0,1940	121	0,1771	0,1490
22	0,4044	0,3438	72	0,2286	0,1926	122	0,1764	0,1484
23	0,3961	0,3365	73	0,2271	0,1913	123	0,1757	0,1478
24	0,3882	0,3297	74	0,2256	0,1900	124	0,1750	0,1472
25	0,3809	0,3233	75	0,2241	0,1888	125	0,1743	0,1466
26	0,3739	0,3172	76	0,2226	0,1876	126	0,1736	0,1460
27	0,3673	0,3115	77	0,2212	0,1864	127	0,1729	0,1454
28	0,3610	0,3061	78	0,2198	0,1852	128	0,1723	0,1449
29	0,3550	0,3009	79	0,2185	0,1840	129	0,1716	0,1443
30	0,3494	0,2960	80	0,2171	0,1829	130	0,1709	0,1438
31	0,3440	0,2913	81	0,2158	0,1817	131	0,1703	0,1432
32	0,3388	0,2869	82	0,2145	0,1806	132	0,1697	0,1427
33	0,3338	0,2826	83	0,2132	0,1796	133	0,1690	0,1422
34	0,3291	0,2785	84	0,2120	0,1785	134	0,1684	0,1416
35	0,3246	0,2746	85	0,2107	0,1775	135	0,1678	0,1411
36	0,3202	0,2709	86	0,2095	0,1764	136	0,1672	0,1406
37	0,3160	0,2673	87	0,2084	0,1754	137	0,1666	0,1401
38	0,3120	0,2638	88	0,2072	0,1744	138	0,1660	0,1396
39	0,3081	0,2605	89	0,2060	0,1735	139	0,1654	0,1391
40	0,3044	0,2573	90	0,2049	0,1725	140	0,1648	0,1386
41	0,3008	0,2542	91	0,2038	0,1716	141	0,1642	0,1381
42	0,2973	0,2512	92	0,2027	0,1707	142	0,1636	0,1376
43	0,2940	0,2483	93	0,2016	0,1697	143	0,1631	0,1371
44	0,2907	0,2455	94	0,2006	0,1688	144	0,1625	0,1367
45	0,2876	0,2429	95	0,1995	0,1680	145	0,1620	0,1362
46	0,2845	0,2403	96	0,1985	0,1671	146	0,1614	0,1357
47	0,2816	0,2377	97	0,1975	0,1662	147	0,1609	0,1353
48	0,2787	0,2353	98	0,1965	0,1654	148	0,1603	0,1348
49	0,2759	0,2329	99	0,1955	0,1646	149	0,1598	0,1344
50	0,2732	0,2306	100	0,1946	0,1638	150	0,1593	0,1339

Sumber : Database Microsoft Excel

Lampiran 7



Kepada :

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

di Cilacap

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, kami mengadakan penelitian dengan judul ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN RUMAH SAKIT PERTAMINA CILACAP.

Untuk tujuan itu kami mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i, untuk mengisi daftar pertanyaan sesuai dengan jawaban yang telah kami sediakan. Kebenaran atas pengisian kuesioner ini akan membantu kami dalam menyelesaikan penelitian ini.

Atas kesediaan waktu dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i, kami mengucapkan terima kasih.

Peneliti

PRIMA ARYA MAULANA

I. IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk, berilah tanda silang (x) pada jawaban yang Anda pilih

1. Usia

- a. Kurang dari 20 tahun
- b. Antara 20 s/d 30 tahun
- c. Lebih dari 30 tahun

2. Gender / Jenis kelamin

- a. Pria
- b. Wanita

3. Pendidikan formal terakhir

- a. SD
- b. SMP
- c. SMU
- d. Perguruan Tinggi

4. Penghasilan per bulan

- a. Kurang dari Rp. 1.000.000,-
- b. Antara Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 2.000.000,-
- c. Lebih dari Rp. 2.000.000,-



DAFTAR PERTANYAAN

Petunjuk : Berilah tanda (x) pada salah satu alternatif jawaban yang Anda anggap paling sesuai, dimana ;

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

II. PERTANYAAN TENTANG DIMENSI KUALITAS LAYANAN

NO.	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
A.	TANGIBLES					
1.	Kelengkapan, kesiapan dan kebersihan alat-alat yang dipakai					
2.	Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan					
3.	Kerapian dan kebersihan penampilan petugas (karyawan)					
B	RELIABILITY					
1.	Prosedur penerimaan pasien yang cepat dan tepat					
2.	Pelayanan pemeriksaan, pengobatan dan perawatan yang cepat dan tepat					
3.	Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit					

C	RESPONSIVENESS					
1.	Kemampuan dokter dan perawat untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pasien					
2.	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti					
3.	Tindakan cepat pada saat pasien membutuhkan					
D	ASSURANCE					
1.	Pengetahuan dan kemampuan para dokter menetapkan diagnosa penyakit					
2.	Pelayanan yang ramah dan sopan					
3.	Jaminan keamanan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan					
E	EMPHATY					
1.	Memberikan perhatian secara khusus kepada setiap pasien					
2.	Perhatian terhadap keluhan pasien dan keluarganya					
3.	Pelayanan kepada semua pasien tanpa memandang status sosial dan lain-lain					

III. PERTANYAAN TENTANG KEPUASAN LAYANAN

Ungkapkan kepuasan Anda terhadap pelayanan pada Rumah Sakit Pertamina Cilacap dengan memberikan tanda (√) pada alternatif jawaban yang Anda anggap paling sesuai, dimana :

SP : Sangat Puas

P : Puas

N : Netral

TP : Tidak Puas

STP : Sangat Tidak Puas

NO.	PERTANYAAN	SP	P	N	TP	STP
1.	Seberapa puas Anda terhadap kecepatan prosedur penerimaan pasien					
2.	Seberapa puas Anda terhadap pelayanan mengenai penyembuhan penyakit pasien					
3.	Seberapa puas Anda terhadap sikap keramah-tamahan tenaga medis pada Rumah Sakit Pertamina Cilacap					

Lampiran 8





SURAT KETERANGAN

No. 618 /E14520/2006-S8

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Bagian Perencanaan & Pengembangan Sumber Daya Manusia PT PERTAMINA (PERSERO) UP IV menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Prima Arya Maulana
Nrp/Nim : 02311294
Jurusan : Manajemen
Fak/Universitas : Ekonomi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Telah melakukan penelitian di PT PERTAMINA (PERSERO) Unit Pengolahan IV Cilacap pada tanggal 20 Mei s/d 20 Juni 2006 dengan judul "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Pertamina Cilacap"

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Cilacap, 13 Juli 2006



Dr. Fauzy Baron