

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(DI RUMAH SAKIT MITRA KELUARGA HUSADA PEDAN - KLATEN)**

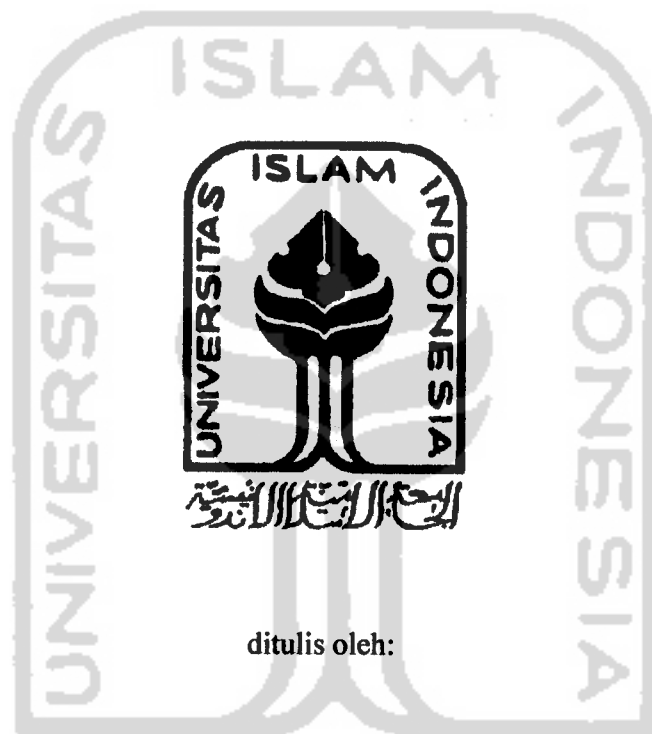


ditulis oleh:

Nama : Dwi Yanto
Nomor Mahasiswa : 00 311 351
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2006**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(DI RUMAH SAKIT MITRA KELUARGA HUSADA PEDAN - KLATEN)**



ditulis oleh:

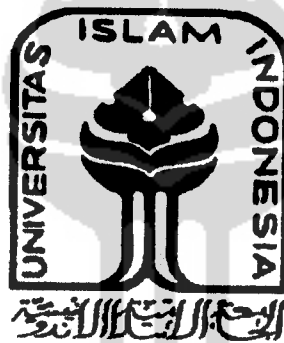
Nama : Dwi Yanto
Nomor Mahasiswa : 00 311 351
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2006**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN**

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 : Dwi Yanto
Nomor Mahasiswa : 00311351
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 oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 17 Mei 2006

Penulis

Dwi Yanto

MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Sabar adalah sebuah rasa yang kadang terasa pahit, akan tetapi hasil sebuah kesabaran lebih manis dari pada rasa yang paling manis.

Ikutilah orang yang tiada minta balasan kepadamu; dan mereka adalah orang-orang yang mendapat petunjuk(Yassin ; 21)

Setiap kejadian tersimpan sebuah rahasia yang nyata; terdapat rahmat dan hidayah yang lebih baik jika kita memahaminya dengan hati yang sabar.

... dan bersama kesukaran pasti ada kemudahan, karena itu bila selesai satu pekerjaan, mulailah dengan yang lain dan bersungguh-sungguhlah. Hanya kepada Tuhanmu hendaklah engkau berharap... (Al-Insyiraah 6-8)

Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Di Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada, Pedan, Klaten.



Nama : Dwi Yanto

Nomor Mahasiswa : 00 311 351

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 2006

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Suwarsono', written over a white background.

Drs.H. Suwarsono, MA

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

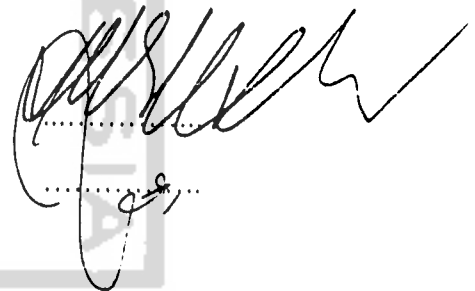
Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan (Studi Kasus Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada, Pedan Klaten)

Disusun Oleh: DWI YANTO
Nomor mahasiswa: 00311351

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

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Suwarsono, MA

Penguji : Drs. Yazid, MM



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Drs. Asmi Ishak, M.Bus. Ph.D

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- *Kedua orang tuaku Bapak Tony Basuki dan Ibunda tercinta "Mugiyanti" atas segala kesabaran dan kecintaannya dalam membesarkan kami anak-anaknya, yang telah melalui pahit getirnya hidup demi kami anak-anaknya.*
- *Ayahanda Bapak Parno Suharjo.*
- *Kakak dan Adik-adikku yang aku sayangi, Andi, Yuni dan Kiki.*
- *"Seseorang" yang akan menjadi pendamping hidupku nanti.*
- *Sobat-sobatku yang telah memberikan semangat dan dorongannya.*

Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Di Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada, Pedan, Klaten.

Abstrak

Analisis pengaruh kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan konsumen sangat penting bagi perusahaan jasa, karena konsumen biasanya terlibat secara langsung dalam proses tersebut. Seperti halnya yang terjadi pada industri di bidang kesehatan dewasa ini, pada saat sekarang ini konsumen menuntut pelayanan yang berkualitas dan juga perhatian masyarakat tidak hanya pada produk akhir yaitu kesejukan pasien saja, tetapi juga standar proses yang mencakup pelayanan medis. Maka dengan demikian pihak rumah sakit harus lebih memperhatikan aspek kepuasan dari pemakai jasanya dengan cara memberikan jaminan pelayanan yang berkualitas baik dalam penampilan fisik maupun penampilan non fisik untuk dapat bersaing dengan rumah sakit yang lainnya guna mendapatkan pelanggan yang loyal.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan yang menjadi pokok permasalahannya yaitu apakah faktor dimensi bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada.

Lokasi tempat penelitian dilakukan pada RS. Mitra Keluarga Husada Pedan, Klaten, dengan menggunakan 100 sampel yang menjadi variabel dependent yaitu kepuasan konsumen (Y) dan variabel independent yaitu (X).

Untuk mengetahui kepuasan konsumen diukur secara langsung kepada pasien dengan menanyakan seberapa besar pengaruh dari lima dimensi jasa pelayanan yang diberikan pihak rumah sakit.

Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuisisioner, yaitu merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang akan dijawab oleh responden untuk mengetahui penilaian konsumen atas kualitas jasa pelayanan rumah sakit.

Untuk mengetahui pengaruh antara beberapa variabel dependen (Y) dan variabel independent (X), alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Berdasarkan hasil dari analisis regresi berganda, terdapat pengaruh yang positif dari atribut fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen atas jasa layanan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi masing-masing atribut adalah positif, yaitu 0,050 (fisik), 0,043 (keandalan), 0,173 (ketanggapan), 0,346 (jaminan), dan 0,205 (empati).

Hasil dari koefisien determinasi berganda menunjukkan bahwa 58,9% kepuasan konsumen atau pasien Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada dipengaruhi oleh unsur fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati, sedangkan sisanya 41,1% dipengaruhi oleh faktor lain

Kata Pengantar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr.wb.

Alhamdulillah, dengan mengharap puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan begitu banyak berkah, nikmat, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "*Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada, Pedan, Klaten*".

Skripsi ini disusun untuk melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan tugas akhir di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, penulis memperoleh bantuan dari berbagai pihak, oleh karenanya pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT., yang selalu memberikan Rahmat, Hidayat dan Rizqi-Nya serta kesehatan kepadaku sehingga aku dapat memberikan yang terbaik bagi Umat.
2. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi, Drs. Asmai Ishak, M.Bus.
3. Bpk. Drs. Suwarsono Muhammad, MA., selaku pembimbing skripsi.
4. Ucapan spesial teruntuk My Parents yang tak henti-hentinya memberikan do'a dan dukungan untuk kesuksesanku.....Thank's a lot.
5. Kakaku yang terhebat, mas Andi Yanto dengan filosofinya yang selalu membantu adek dan membimbing dengan keras agar bisa menjadi sebuah harapan keluarga, terima kasih mas.
6. Ade-adeku tersayang, Yuni Rahayu_ dan Kiky Apriliyani imut (adekku yang bisa membantu dan mengerti keadaan kakak), & mas very item yang cerewet, tapi baik banget, makasih yang telah doain dan ikut bantu dalam menyelesaikan segala masalah....makasih banget nih.

7. Someone in far away, who always support and inspirate for my Life, thanks for everything. Luv u so much honey...
8. Keluarga besar Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten, yang telah membantu dalam kelancaran skripsi saya, Dr.Suharjanto beserta seluruh staff pegawai, perawat dan Henny beserta teman-temannya, tidak lupa om Sri, satpam paling ramah..he he he.
9. Thank's a lot to mas Muftie, Arkhanudin, lik Moslem, , Anaz dan temen-temen semua di pengkol...semoga amal dan ibadah kalian mendapat rahmat dan hidayah dari Allah SWT..amin
10. Ungkapan mendalam buat ade-adeku; Nurry, Happy, Nina dan Desinta yang telah membantu berdoa agar smuanya berjalan dengan lancar dan juga tante Tari, Om Tarto, mas Jarot, Ria yang selalu mendukungku untuk terus maju..makasih banyak.
11. Temen-temen manajemen 2000 kelas E (Edo, Fatra, Ade, Acong, Akhir,Diah, Dewi, Shanty, Ine, Eko dan yang termanis Astie) "Kapan ketemu lagi neh..?!"
The last standing people nich...!!
12. Rekan seperjuangan bimbingan Pak Suwarsono, Boss Abiiy, Guns, Bagyo, Jajanx, fuad, Alhamdulillah.... akhirnya selesai juga skripsiku....!!!!
13. Temen-temen kost (Iis cakep, Momon kriting, Danilo Munggur, Very Salim, Vai Chowe dan bang Iwan Mals) " Ayo semangat ngejar uang listrik..!", (Team 9-9: Amer Gandhem, Smending, Sebloh, King-ok, Tanz) "kapan neh reunion Yo..?, dah kangen banget neh..", (Kontrakan 06: Sobari, Tembong, Enxi, Tea-Dho, Dady, Ucile, Dolphien, Imam, Hengky, Kodok lan Muyner) thank's 4 all..dan semuanya yang dah support ane..sorry ndak bisa disebutin semua..maklum dah full (zie...p)
14. Bapak Tugino dan Ibu kost yang sabar banget ama tingkah anak-anak kost,burjo kabayang yang slalu di cash bon, He he he gak lupa ma Babe Riyono, Felisya & Ibu, makasih doa dan masakannya...pasti kangen maem lagi ditembate Ibu.
15. Terima kasih yo..teman-teman kampung yang tau kalau lagi aku butuhkan, Jay, Kopret, Bogel, Jonetz, Dempo, Blond dan gak lupa sinchan jg hik's hik's hik's.

16. Buat temen-temen kampus yang paling manis; Erlina, Anna, Dewi, Nia, Lia , Sari, Ummu, Ira, Liliz dan Nikken makasih yach atas semua bantuan kalian selama mas Dwi menempuh studi di kampus biru, kapan-kapan jumpa lagi gitu.
17. Semua kenangan, maafin yach...mungkin waktu itu lagi error, tapi sudahlah semua cuma jadi kenangan terindah, termanis, terpahit yang ada gak lupa juga buat yang sudah sayang ma aku terima kasih banyak..Mizz u dech...
18. Dan semua temen-temen yang lain yang tidak bisa disebutkan satu-satu muakasih bangettttttt yak atas dukungannya.. yuuukkkk...

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca yang budiman akan sangat penulis harapkan dengan senang hati. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca yang budiman, jurusan manajemen pada umumnya dan konsentrasi pemasaran pada khususnya.

Yogyakarta, 15 Mei 2006

Penulis

(Dwi Yanto)

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Sampul Depan Skripsi.....	ii
Halaman Judul Skripsi.....	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iv
Halaman Motto	v
Halaman Pengesahan Skripsi.....	vi
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	vii
Halaman Persembahan.....	viii
Abstrak.....	ix
Kata Pengantar.....	x
Daftar Isi.....	xiii
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Gambar.....	xvii
Daftar Lampiran.....	xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1	Landasan Teori.....	8
2.1.1	Pengertian jasa.....	8
2.1.2	Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3	Konsep Pemasaran dan Orientasi pada Konsumen.....	10
2.1.4	Kualitas Jasa	12
2.1.5	Kepuasan Konsumen	16
2.1.6	Pengertian Jasa Kesehatan.....	17
2.2.	Penelitian terdahulu	18
2.3.	Hipotesis Penelitian	29
2.4.	Kerangka Pemikiran	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	31
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	32
3.3	Sumber Data.....	35
3.4	Alat Pengumpul Data.....	37
3.5	Populasi dan Sampel.....	38
3.6	Metode Analisis	39
3.6.1	Pengujian Hipotesis	39
3.6.2	Analisis kualitatif	41
3.6.3	Analisis Kuantitatif	42
3.7	Uji Aumsi Klasik.....	46

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Responden.....	50
4.2	Penilaian Responden terhadap Variabel Kepuasan	53
4.3	Uji Instrumen Penelitian.....	60
4.4	Hasil dan Pembahasan.....	64
4.5.1	Uji F(Serentak).....	64
4.5.2	Uji T (Parsial)	66
4.5.3	Regresi Berganda	73
4.5.4	Uji Variabel Independen terhadap Variabel Dependen	76
4.5.5	Uji Korelasi Berganda (R^2)	76
4.6	Uji Asumsi	78

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Saran.....	87

DAFTAR TABEL

No.	Tabel Penelitian	Halaman
3.1	Staf Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada.....	32
3.2	Definisi Operasional Variabel Bebas.....	33
4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	50
4.2	Karakteristik responden berdasarkan usia	51
4.3	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	51
4.4	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan	52
4.5	Karakteristik responden berdasarkan penghasilan.....	52
4.6	Hasil penilaian responden terhadap bukti fisik.....	54
4.7	Hasil penilaian responden terhadap keandalan.....	55
4.8	Hasil penilaian responden terhadap ketanggapan.....	56
4.9	Hasil penilaian responden terhadap jaminan.....	57
4.10	Hasil penilaian responden terhadap empati.....	58
4.11	Hasil penilaian responden terhadap kepuasan.....	59
4.12	Hasil uji validitas.....	60
4.13	Hasil uji reliabilitas	63
4.14	Hasil uji F	64
4.15	Hasil uji T	66
4.16	Kesimpulan uji parsial	73
4.17	Uji Regresi berganda	71
4.18	Uji Korelasi berganda.....	77
4.19	Uji multikolinieritas	79
4.20	Uji Hetero (<i>park</i>)	80
4.21	Pengukuran <i>auto korelasi</i>	81
4.22	Hasil uji <i>autokorelasi</i>	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Pemikiran.....	30
4.5 Grafik Uji Normalitas.....	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- A Kuisioner Penelitian
- B Rekapitulasi Hasil Jawaban Data Fiktif
- C Hasil Uji Validitas
- D Hasil Uji Reliabilitas
- E Rekapitulasi Hasil Jawaban
- F Hasil Penilaian Responden terhadap Variabel yang Mempengaruhi
Kepuasan konsumen
- G Hasil Uji Regresi Berganda, Uji F, Uji T, dan Uji Korelasi Berganda
- H Hasil dari uji asumsi
- I Tabel-F, Tabel-t pada alpha 5%
- J Surat Keterangan

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pembangunan ekonomi diarahkan untuk mengembangkan kehidupan ekonomi rakyat yang bertumpu pada mekanisme ekonomi pasar yang seimbang dengan prinsip persaingan sehat dan memperhatikan pertumbuhan ekonomi, nilai-nilai keadilan sehingga terjamin kesempatan yang sama dalam berusaha dan bekerja. Tujuan utama dari pembangunan adalah kesejahteraan masyarakat, maka di dalam melakukan usaha bisnis perlu ditekankan akan pentingnya memahami keinginan dan kebutuhan masyarakat. Pelayanan dan jaminan kualitas baik produk atau jasa yang memenuhi keinginan masyarakat akan menciptakan suatu kesempatan dalam memenangkan pasar. Perkembangan bisnis yang semakin meningkat dan kompleks sehingga menyebabkan timbulnya persaingan. Intensitas persaingan yang semakin meningkat menuntut persaingan dalam dunia bisnis manufaktur atau jasa, sedangkan tuntutan akan jaminan kualitas pelayanan konsumen juga menjadi pokok pemikiran manajemen pemasaran, seperti juga dalam usaha pelayanan kesehatan masyarakat seperti Puskesmas, Rumah Sakit, dan Poliklinik.

Dalam pelaksanaan operasionalnya setiap Rumah Sakit dituntut untuk memberikan jaminan kualitas yang terbaik terhadap konsumen, hal ini tidak

terlepas dari masalah kepuasan konsumen, yang didefinisikan sebagai evaluasi purnabeli, di mana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum melakukan pembelian (Husain Umar, 2003, hlm. 14)¹, dimana kepuasan konsumen akan tercipta bila persepsi yang diberikan sama atau lebih dari harapan yang dimiliki konsumen setelah melakukan pembelian

Dalam menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988)² melakukan penelitian dengan terlebih dahulu memasukkan unsur-unsur sebagai berikut :

1. Bukti fisik atau *tangibles* yaitu kemampuan perusahaan jasa menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik perusahaan serta fasilitas fisik pendukung lainnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Aspek ini meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.
2. Keandalan atau *reliability* yaitu kemampuan perusahaan jasa untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama pada pelanggan dengan

¹ Husain Umar, 2003, hlm. 14, Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa. Edisi Pertama. Jakarta : PT. Ghalia Utama

² Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk menaikan pangsa pasar - Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988 SERVQUAL (Service Quality)

meminimalisir kesalahan atau bila mampu tanpa kesalahan sedikitpun, sikap yang simpatik dan akurasi yang tinggi.

3. Ketanggapan atau *responsiveness* yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas, serta tidak membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas karena hal tersebut akan menimbulkan persepsi yang negatif di mata konsumen terhadap kualitas pelayanan.
4. Jaminan atau *assurance* yaitu pengetahuan, kemampuan sikap perusahaan jasa dalam menumbuhkan keyakinan dan rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain jalinan komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
5. Empati atau *emphaty* yaitu perhatian yang diberikan perusahaan secara tulus dan bersifat individual kepada pelanggan dengan berusaha memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan jasa diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami apa yang dibutuhkan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.
6. Kesesuaian atau *comformance* yaitu pemenuhan standar sebuah produk dalam industrinya. Kesesuaian diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi dan beberapa kesalahan yang lain.

7. Kelengkapan, yaitu dapat berupa produk tambahan dari produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Penilaian kelengkapan suatu produk biasanya diukur secara subyektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini konsumen).
8. Daya tahan atau *durability*, dapat diartikan secara teknis maupun ekonomis. Secara teknis daya tahan dapat diartikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, suatu produk dilihat dari jumlah kegunaan yang diperoleh sebelum terjadi kerusakan.
9. Estetika, adalah dimensi pengukuran yang paling subyektif. Nilai estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, bagaimana tampak luar, rasa, bau suatu produk.
10. Aksestabilitas, adalah kemudahan bagaimana suatu produk atau jasa dapat diperoleh. Hal ini menyangkut seberapa mudah menjangkau lokasi, berapa lama untuk mendapatkan produk tersebut dan ada tidaknya hambatan dalam mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan konsumen.

Dari penelitian yang dilakukan Parasuraman, dia menyatakan bahwa pada sektor jasa, aspek-aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah unsur fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati, sedangkan aspek lainnya yaitu kesesuaian, kelengkapan, daya tahan, estetika dan aksestabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian Parasuraman juga merumuskan 22 item yang merupakan penjabaran dari lima aspek yang sering digunakan untuk

mengukur kepuasan konsumen. Parasuraman menamakan kelima aspek yaitu aspek fisik, ketanggapan, keandalan, jaminan dan empati sebagai kualitas pelayanan.

Penelitian ini akan mengukur pengaruh aspek fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati pada pemberian jasa oleh Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada karena kelima aspek tersebut adalah aspek yang paling relevan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kelima aspek tersebut dikembangkan dalam 22 pertanyaan seperti yang dikembangkan oleh Parasuraman dengan berbagai modifikasi.

Permasalahan kualitas jasa dan kepuasan konsumen adalah masalah yang dihadapi setiap organisasi kesehatan atau rumah sakit termasuk rumah sakit Mitra Keluarga Husada, Pedan, Klaten. Atas dasar fenomena yang terjadi diatas penulis tertarik untuk meneliti kualitas jasa pelayanan dengan mengambil judul ***“ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA PELAYANAN TEHADAP KEPUASAN KONSUMEN”*** di Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada, Pedan, Klaten.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah umum yang sering dihadapi sebagian besar perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, masalah yang dihadapi makin kompleks dikarenakan sikap konsumen yang makin kritis. Dalam rangka mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan untuk memperluas pasar,

evaluasi mengenai kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas jasa yang diberikan sangat penting dilakukan, sehingga perusahaan harus benar-benar memahami kualitas jasa yang erat kaitannya dengan kepuasan konsumen yang meliputi lima aspek yaitu bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati. Berdasar pada alasan tersebut, maka yang menjadi permasalahan adalah apakah pengguna jasa dalam hal ini konsumen Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dengan mengacu pada lima aspek tersebut ?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari unsur fisik terhadap kepuasan konsumen Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari unsur keandalan terhadap kepuasan konsumen Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada n.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari unsur ketanggapan terhadap kepuasan konsumen Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada.
4. Untuk mengetahui pengaruh dari unsur jaminan terhadap kepuasan konsumen Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada.
5. Untuk mengetahui pengaruh dari unsur empati terhadap kepuasan konsumen. Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat diadakannya penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada dalam membenahi kualitas jasa yang ditawarkan berdasarkan lima aspek kualitas jasa untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Bagi lembaga pendidikan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi pada UII khususnya Fakultas Ekonomi, dan masukan bagi penelitian lain yang berkaitan dengan tema penelitian.

3. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam ilmu pengetahuan dibidang pemasaran dan sebagai salah satu bekal selain teori yang didapat selama perkuliahan pada penerapannya di dunia riil.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Jasa

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik maupun tidak (Fandy Tjiptono, 2000, hlm. 6).¹

Tawaran perusahaan ke pasar biasanya mencakup beberapa jenis jasa. Komponen jasa dapat merupakan bagian utama atau bagian kecil dari total penawaran. Bahkan, penawaran dapat berkisar dari barang murni di satu pihak ke jasa murni di pihak lain. Penawaran ini dibedakan menjadi lima kategori :

1. Barang berwujud murni : disini penawaran-penawaran hanya berupa barang berwujud seperti pasta gigi, sabun, beras dan sebagainya. Tanpa ada jasa atau pelayanan yang menyertai produk tersebut.
2. Barang berwujud disertai jasa : disini penawaran terdiri dari barang berwujud disertai satu atau lebih jasa untuk mempertinggi daya tarik konsumen. Misalnya penjualan mobil yang disertai ruang pameran, pengiriman, reparasi, garansi dan sebagainya.

¹ Fandy Tjiptono, 2000, hlm. 6 “Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar”

3. Campuran : disini penawaran terdiri dari barang dan jasa yang sama besar porsinya, contohnya adalah restoran yang didukung oleh makanan dan pelayanan.
4. Jasa utama disertai dengan barang atau jasa tambahan : penawaran terdiri atas suatu jasa pokok bersama-sama dengan jasa tambahan dan barang-barang pendukung, sebagai contoh dalam hal ini adalah jasa penerbangan. Penumpang pesawat terbang membeli jasa transportasi, namun mereka juga mendapatkan makanan dan minuman, surat kabar dan majalah.
5. Jasa murni : disini penawaran hanya terdiri dari jasa. Contohnya jasa pemijatan, jasa potong rambut, dan lain-lain.

Jasa sendiri mempunyai empat karakteristik utama yang mempengaruhi rancangan program pemasaran :

1. Tidak berwujud. Jasa memiliki sifat tidak berwujud, tidak seperti barang, jasa tidak bisa dilihat, diraba, didengar, dicium.
2. Tidak dapat dipisahkan. Jasa pada umumnya dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang sama.
3. Berubah-ubah. Jasa sesungguhnya sangat mudah berubah-ubah, karena jasa sangat bergantung pada siapa yang menyajikan, kapan dan dimana disajikan.
4. Daya tahan. Jasa dapat disimpan untuk waktu yang lama. Jasa akan mempunyai nilai saat pembeli jasa membutuhkan pelayanan. Oleh karena itu sering kali jasa mengalami fluktuasi.

2.1.2 Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan inti dari tiap perusahaan sehingga perlu adanya pengelolaan dan koordinasi secara baik dan profesional. Agar dapat melakukan pengelolaan dan koordinasi secara baik diperlukan manajemen pemasaran. Kotler (2000, hlm. 19)² menyatakan pengertian manajemen pemasaran sebagai berikut :

Manajemen Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.

Definisi ini menyadari bahwa manajemen pemasaran adalah proses yang mencakup analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan juga mencakup barang, jasa serta gagasan; berdasarkan pertukaran dan tujuannya adalah memberikan kepuasan bagi pihak yang terlibat. Dengan demikian dapat diketahui bahwa tugas manajemen pemasaran bukan hanya menawarkan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasarnya, menetapkan harga yang efektif, komunikasi dan distribusi untuk memberikan informasi, mempengaruhi dan melayani pasarnya tetapi lebih dari itu. Tugas manajemen pemasaran adalah mempengaruhi tingkat, waktu dan komposisi permintaan untuk membantu perusahaan mencapai sasarannya.

² Philip Kotler 2000 ed.2 Perilaku Konsumen hlm. 19

2.1.3 Konsep Pemasaran Dan Orientasi Pada Konsumen

Tujuan perusahaan pada umumnya untuk mendapatkan keuntungan melalui pemasaran produk yang telah dihasilkannya. Konsep pemasaran adalah falsafah yang dipergunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

Sedangkan Hermawan Kertajaya (2004; hlm 33)³ :

Marketing harus menjadi konsep bisnis strategi yang bertujuan untuk meraih kepuasan berkelanjutan bagi ketiga stake holder utama : customer, people dan share holder. Marketing adalah jiwa bukan sekedar salah satu anggota tubuh dari sebuah organisasi, maka setiap orang harus menjadi marketer. Karena itulah marketing harus diinterpretasikan sebagai “ dealing with the market “ ini berarti perusahaan harus secara dinamis dan intensif berinteraksi dengan market, bukan hanya commercial market, melainkan juga competency market dan capital market. Ini berarti market lebih penting dari pada marketing itu sendiri.

Dari definisi tersebut maka penggunaan konsep pemasaran bagi suatu perusahaan menjadi sangat penting dan dapat dijadikan arah dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Konsep pemasaran memiliki lima unsur yang mendasari cara organisasi melakukan kegiatan pemasarannya, yaitu :

1. Konsep berwawasan produk

Konsep ini berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk yang menawarkan mutu, kinerja terbaik, atau hal-hal inovatif lainnya. Manajer dalam organisasi berwawasan produk memusatkan perhatian untuk membuat produk yang lebih baik dan terus menyempurnakannya.

³ Hermawan Kertajaya (2004; hlm 33) Konsep Pemasaran

2. Konsep berwawasan pemasaran

Konsep ini berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dari pada saingannya.

3. Konsep berwawasan menjual

Konsep ini berpendapat bahwa kalau konsumen dibiarkan saja, konsumen tidak akan membeli produk organisasi dalam jumlah cukup. Organisasi harus melakukan usaha penjualan dan promosi yang agresif.

4. Konsep berwawasan produksi

Konsep ini berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk yang mudah didapat dan murah harganya. Manajer organisasi yang berwawasan produksi memusatkan perhatiannya untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi serta cakupan distribusi yang luas.

5. Konsep berwawasan pemasaran bermasyarakat

Konsep ini beranggapan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran dan memenuhinya dengan lebih efektif serta lebih efisien dari pada saingannya dengan cara mempertahankan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

2.1.4 Kualitas Jasa

Kualitas menurut *the American Society of Quality Control* adalah keseluruhan cirri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau layanan menyangkut kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat laten (Evans dan Dean,2003)⁴. Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Fandy Tjiptono, 2000, hlm. 59)⁵.

Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat keberhasilan perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada pelanggan, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, dan peningkatan profit perusahaan sangat bergantung pada pendekatan yang digunakan. Konsekuensi atas pendekatan kualitas pelayanan suatu produk memiliki esensi penting bagi strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan pencapaian kesuksesan dalam menghadapi persaingan.

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak digunakan perusahaan sebagai acuan yaitu model SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan Parasuraman. SERVQUAL dibangun atas perbandingan dua faktor utama yaitu perspsi pelanggan atau layanan nyata yang mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang mereka

⁴ Evans dan Dean,2003 Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa

⁵ Fandy Tjiptono, 2000, hlm. 59 Tingkat Kepuasan Pelanggan

harapkan (*expected service*). Dalam salah satu studi tentang kualitas jasa yang dilakukan Parasuraman disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti fisik atau *tangibles* yaitu kemampuan perusahaan jasa menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik perusahaan serta fasilitas fisik pendukung lainnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Aspek ini meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.
2. Keandalan atau *reliability* yaitu kemampuan perusahaan jasa untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama pada pelanggan dengan meminimalisir kesalahan atau bila mampu tanpa kesalahan sedikitpun, sikap yang simpatik dan akurasi yang tinggi.
3. Ketanggapan atau *responsiveness* yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas, serta tidak membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas karena hal tersebut akan menimbulkan persepsi yang negatif di mata konsumen terhadap kualitas pelayanan.
4. Jaminan atau *assurance* yaitu pengetahuan, kemampuan sikap perusahaan jasa dalam menumbuhkan keyakinan dan rasa percaya pelanggan terhadap

perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain jalinan komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

5. Empati atau *emphaty* yaitu perhatian yang diberikan perusahaan secara tulus dan bersifat individual kepada pelanggan dengan berusaha memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan jasa diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami apa yang dibutuhkan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Menurut Parasuraman kelima faktor tersebut harus dijalankan dan diramu dengan baik karena jika tidak akan menimbulkan kesenjangan (*gap*) antara manajemen perusahaan dan harapan konsumen yang disebabkan perbedaan persepsi tentang pelayanan. Selisih antara persepsi manajemen dengan harapan konsumen yang disebut dengan “*gap*” atau kesenjangan kualitas layanan.

Terdapat lima kesenjangan (*gap*) yang disebabkan perbedaan persepsi mengenai kualitas jasa yang diberikan, yaitu:

1. Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen

Adanya perbedaan persepsi manajemen terhadap harapan atau ekspektasi yang diinginkan pengguna jasa.

2. Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa

Tidak mempunya manajemen memahami secara tepat apa yang diinginkan pelanggan, tetapi mereka tidak menyusun standar kinerja tertentu yang jelas.

3. Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa

Penyebab kesenjangan ini yaitu ambiguitas peran, konflik peran, ketidaksesuaian pegawai dengan tugas yang harus dikerjakan, ketidaksesuaian teknologi dengan pegawai, dan tidak adanya team work.

4. Gap komunikasi pemasaran.

Perbedaan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.

5. Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan

Gap ini terjadi bila pelanggan mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berlainan, atau bisa juga keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut.

2.1.5 Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila konsumen memperoleh apa yang mereka inginkan. Bila kinerja dibawah harapan, konsumen akan kecewa. Namun sebaliknya, bila kinerja sesuai harapan konsumen maka mereka akan puas. Bila kinerja melebihi harapan, konsumen akan sangat puas (Kotler dan A.B. Susanto, 2000, hlm. 52)⁶.

⁶ Kotler dan A.B. Susanto, 2000, hlm. 52

Pada akhirnya konsumen yang merasa puas akan kebutuhan dan keinginannya akan menindaklanjuti dengan:

- a) Melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa yang sama.
- b) Membeli produk atau jasa yang lain dari perusahaan tersebut.
- c) Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.
- d) Kurang memperhatikan iklan dan merek dari produk pesaing.
- e) Tidak membeli di tempat lain.

Sedangkan bagi konsumen yang merasa tidak puas akan melakukan tindakan-tindakan yang dikhawatirkan dapat merugikan perusahaan, seperti:

- a. Menghentikan pembelian produk atau jasa dari perusahaan.
- b. Menyampaikan komplain atau keluhan, kekurangan kepada perusahaan maupun orang lain.
- c. Mengalihkan pembelian produk atau jasa yang dibutuhkan pada pesaing.

2.1.6 Pengertian Jasa Kesehatan

Rumah Sakit muncul sebagai institusi pelayanan jasa kesehatan modern sejalan dengan perkembangan profesi kesehatan khususnya profesi kedokteran. Rumah sakit swasta secara nyata menghadapi berbagai kendala dan tantangan dari masyarakat yang menuntut tingginya kualitas pelayanan. Oleh karena itu perlu pemikiran yang tepat yang berkaitan dengan efisiensi dan efektifitas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat agar

memuaskan keinginan dari pelanggan (costumer), pemberi pelayanan (provider), dan pemilik Rumah Sakit (owner). Proses perubahan yang terjadi di lingkungan internal maupun eksternal Rumah Sakit yang semakin meningkat akan jaminan dan kualitas pelayanan kesehatan membuat manajemen Rumah Sakit harus membuat suatu pergerakan akan suatu strategi untuk memenangkan kompetisi di dalam pemenuhan keinginan masyarakat.

Untuk mewujudkan harapan pasien jasa pelayanan kesehatan pihak manajemen harus memiliki data tentang penilaian pasien tentang kualitas pelayanan yang diharapkan untuk dijadikan sebagai dasar menyusun konsep strategi peningkatan kualitas pelayanan kesehatan dari pelaksanaan tersebut baik secara structural maupun fungsional.

Agar pelayanan kesehatan dapat mencapai tujuan yang diinginkan , banyak syarat yang harus dipenuhi yaitu: tersedia (Available), wajar (Appropriate), berkesinambungan (Continue), dapat diterima (Acceptable), dapat dicapai (Accesible), dapat dijangkau (Affordable), efisien (Efficient), serta bermutu (Quality). (Tjiptono. 1994: Hayes. 1987)⁷

Syarat-syarat tersebut diatas sama pentingnya namun pada akhir-akhir ini dengan semakin majunya ilmu dan tehnologi kedokteran, makin baiknya tingkat pendidikan serta keadaan sosial ekonomi masyarakat maka syarat mutu (kualitas) menjadi semakin penting. Penggunaan ilmu dan tehnologi dalam pelayanan kesehatan untuk meningkatkan mutu akan semakin

⁷ Tjiptono. 1994: Hayes. 1987, (Available), wajar (Appropriate), berkesinambungan (Continue), dapat diterima (Acceptable), dapat dicapai (Accesible), dapat dijangkau (Affordable), efisien (Efficient), serta bermutu (Quality).

memperkecil timbulnya berbagai resiko tetapi sekaligus juga akan dapat memenuhi kebutuhan dan tuntutan kesehatan masyarakat. (Caper. P. 1998)

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai tolak ukur atau bahan acuan dalam mengerjakan penelitian ini yaitu :

- a. Skripsi “ Evaluasi Kualitas Pelayanan pada Rumah Sakit RSU PKU Muhamadiyah Kotamadya Yogyakarta oleh Mahdi Agus Riyadi (98.311.365)⁸.
 - 1.) Rumusan Masalah
 - a. Bagaimanan Kualitas dari pelayanan pada RSU PKU Muhamadiyah Yogyakarta?
 - b. Dimensi kualitas pelayanan apa yang paling berkualitas pada RSU PKU Muhamadiyah Yogyakarta?
 - 2.) Batasan Masalah
 - a. Konsumen atau pasien yang pernah dirawat di RSU PKU Muhamadiyah kotamadya Yogyakarta?
 - b. Lima (5) indikator kualitas pelayanan menurut Parasuraman: variabel fisik (X_1), variabel keandalan (X_2), variabel ketanggapan (X_3), variabel jaminan (X_4) dan variabel empati (X_5)

⁸ Skripsi Evaluasi Kualitas Pelayanan pada Rumah Sakit RSU PKU Muhamadiyah Kotamadya Yogyakarta oleh Mahdi Agus Riyadi

3.) Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui kualitas pelayanan (bukti langsung, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati).
- Untuk mengetahui dimensi kualitas.
- Untuk mengetahui kepuasan konsumen.

4.) Alat Analisis

- Analisis Deskriptif dan analisis Kualitatif.
- Uji validitas.
- Uji Reabilitas.

5.) Hasil dan Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data dari 100 responden mengenai kualitas pelayanan di RSUD PKU Muhammadiyah kotamadya Yogyakarta dapat diambil kesimpulan :

- a) Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan SPSS ver.10 for Windows dapat diketahui bahwa semua variabel sudah berkualitas.
- b) Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa pada RSUD PKU Muhammadiyah, variabel reability mempunyai kualitas yang paling baik, karena nilai reability paling besar dibanding variabel yang lain.
- c) Pasien RSUD PKU Muhammadiyah sudah merasa puas,. Dengan alasan hasil perhitungan yang keluar dapat diketahui bahwa nilai kepuasan diatas angka 3, jadi dapat dikatakan bahwa sebagian besar pasien RSUD PKU Muhammadiyah Yogyakarta sudah merasa puas atau sangat puas.

- b. Jurnal “*Analisis Pelayanan Kesehatan untuk Mewujudkan Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit SITI KHODIJAH*” di Pekalongan oleh Kamalina Din Jannah (Kajian Bisnis 2002)⁹

1. Intisari

Semakin maraknya Rumah Sakit Swasta yang beroperasi menyebabkan tingginya persaingan dalam hal pelayanan. Selain itu tuntutan masyarakat akan kualitas pelayanan cukup tinggi. Untuk dapat mewujudkan pelayanan maksimal pihak manajemen Rumah Sakit tentunya harus memiliki data penilaian pasien tentang kualitas pelayanan kesehatan yaitu: unsur masukan, unsur lingkungan, unsur proses untuk dapat menyusun strategi peningkatan kualitas pelayanan yang baik . Alat analisis yang menggunakan **Structural Equation Model** untuk menguji enam hipotesis yang telah dikembangkan. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara unsur masukan terhadap kualitas pelayanan kesehatan, unsur masukan terhadap kepuasan pasien, unsur lingkungan terhadap kualitas pelayanan kesehatan, unsur proses terhadap kualitas pelayanan kesehatan, unsur proses terhadap kepuasan pasien, dan kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien.

2. Pendahuluan

Penilaian pasien terhadap kualitas pelayanan kesehatan sangat bervariasi sekalipun pengertian kualitas pelayanan yang terkait dengan kepuasan telah diterima secara luas dan bersifat subyektif, tiap orang tergantung dari latar belakang yang dimiliki (sosial, ekonomi, tingkat pendidikan), dapat saja memiliki penilaian yang berbeda meskipun sama-sama memanfaatkan satu macam pelayanan.

3. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis pengaruh unsur masukan, unsur lingkungan, unsur proses terhadap kualitas pelayanan kesehatan.

⁹ Jurnal *Analisis Pelayanan Kesehatan untuk Mewujudkan Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit SITI KHODIJAH*” di Pekalongan oleh Kamalina Din Jannah (Kajian Bisnis 2002).

b. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien

4. Metodologi Penelitian

1. Metode pengumpulan data

Data yang diperoleh untuk penelitian ini langsung dari angket yang dibagikan kepada pasien Rumah Sakit Siti Khodijah

2. Populasi

Populasi penelitian ini adalah semua pasien rawat inap RSI Siti Khodijah, yang telah dipilih berdasarkan kriteria-kriteria yang sudah ditentukan yaitu sudah menjalani rawat inap minimal 3x24 jam (3hari) pasien dalam proses penyembuhan dapat berkomunikasi, sudah diperbolehkan pulang, dan pasien yang sudah pulang berdasarkan data dari Rumah sakit.

3. Tehnik Pengukuran

Alat analisis yang digunakan adalah confirmatory factor analysis dan full model dari structural Equation Modelling (SEM). Dalam SEM hasil komputasi untuk tes signifikansi model dilakukan untuk mengukur Goodness of fit yaitu chi-square, Goodness of fit index (GFI), Adjusted Goodness of fit index (AGFI), Comparative Fit index (CFI), Root mean Square Error of Approximation (RMSEA), Tucker Lewis index (TLI) dan Critical Ratio (CR).

5. Hasil

Hasil perhitungan menggunakan analisis confirmatory dan structural Equation Model, maka model dalam penelitian ini dapat diterima. Hasil pengukuran telah memenuhi kriteria Goodness of fit yaitu Chi-Square = 208.499; Probabilitas = 0,326; CMIN/DF = 1,042; AGFI = 0,830; GFI = 0,866; TLI = 0,979; CFI = 0,982; dan RMSEA = 0,019.

6. Pembahasan

Berdasarkan hasil model fit terhadap 6 hipotesis sebagai berikut.

- a. *Semakin baik unsur masukan pelayanan kesehatan, maka akan semakin baik kualitas pelayanan kesehatan yang diberikan.* Parameter estimasi antara unsur masukan dan kualitas pelayanan kesehatan menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai CR = 2002 atau $CR \geq \pm 1,96$ dengan taraf signifikansi 0,05 (5%). maka hipotesis 1 dapat diterima Untuk menyelenggarakan suatu pelayanan kesehatan yang baik dapat dilakukan dengan memberdayakan banyak sumber daya dan dana yang seoptimal mungkin
- b. *Semakin baik unsur masukan pelayanan kesehatan, maka kepuasan pasien akan pelayanan kesehatan semakin tinggi.* Parameter estimasi antara unsur masukan dan kepuasan pasien menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai CR = 1,983 atau $CR \geq \pm 1,96$ dengan taraf signifikansi 0,05 (5%). maka hipotesis 2 dapat diterima. Gambone.1991 bahwa kepuasan pasien atas kualitas pelayanan

kesehatan yang diterima dipengaruhi oleh unsur masukan yang berupa tenaga, sarana dan dana.

- c. *Semakin baik suatu unsur lingkungan pelayanan kesehatan, maka semakin baik kualitas pelayanan kesehatan yang diberikan.* Parameter estimasi antara unsur lingkungan dan kualitas menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $CR = 2,009$ atau $CR \geq \pm 1,96$ dengan taraf signifikansi 0,05 (5%). maka hipotesis 3 dapat diterima. Hal ini membuktikan penelitian Donabedian.1980 yang menyatakan bahwa unsur lingkungan mendukung terselenggaranya pelayanan kesehatan yang berkualitas.
- d. *Semakin baik suatu unsur proses pelayanan kesehatan, maka semakin baik kualitas pelayanan kesehatan yang diberikan.* Parameter estimasi antara unsur proses dan kualitas menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $CR = 2,076$ atau $CR \geq \pm 1,96$ dengan taraf signifikansi 0,05 (5%). maka hipotesis 4 dapat diterima. Pena.1994 menyatakan dalam penelitiannya bahwa unsur proses mempengaruhi kualitas pelayanan kesehatan.
- e. *Semakin baik suatu unsur proses pelayanan kesehatan, maka kepuasan pasien akan pelayanan kesehatan semakin tinggi.* Parameter estimasi antara unsur proses dan kualitas menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $CR = 1,977$ atau $CR \geq \pm 1,96$ dengan taraf signifikansi 0,05 (5%). maka hipotesis 5 dapat diterima Hasil ini diperkuat pendapat oleh Azrul Azwar.1995 yang menyatakan bahwa proses

pelayanan yang berlangsung kontinyu dan secara langsung dapat mempengaruhi kepuasan pasien akan kualitas pelayanan kesehatan.

- f. *Semakin baik kualitas pelayanan kesehatan yang diberikan maka semakin tinggi pula pasien akan pelayanan kesehatan.* Parameter estimasi antara unsur proses dan kualitas menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $CR = 2,032$ atau $CR \geq \pm 1,96$ dengan taraf signifikansi 0,05 (5%) maka hipotesis 6 dapat diterima. Kualitas pelayanan kesehatan secara positif berkaitan dengan kepuasan pasien yang artinya pasien sependapat bahwa salah satu kepuasan mereka atas jasa pelayanan kesehatan yang diterima adalah kualitas pelayanan kesehatan.

6. Kesimpulan

Pihak manajemen Rumah Sakit harus memperhatikan unsur lingkungan, masukan (tenaga kerja dan sarana) yang sangat berperan untuk mencapai suatu pelayanan kesehatan yang dapat diterima oleh pasien. Manajemen Rumah Sakit juga harus membentuk tim medis yang selalu mengutamakan sebuah pelayanan kesehatan terhadap pasien sehingga tercapai suatu pelayanan berkualitas untuk kepuasan pasien.

- c. Jurnal "*Analisis Konsekuensi Perilaku Konsumen terhadap kualitas layanan*" di Yogyakarta dengan obyek penelitian 2 jenis perusahaan jasa

yaitu bank dan asuransi yang ditulis oleh Ralina Transistari – Basu Swastha Dharmmesta (Kajian Bisnis, April 2002)¹⁰.

a. Rumusan masalah

- Seberapa besar pengaruh perilaku konsumen terhadap kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada level finansial masing-masing individu?
- Seberapa besar pengaruh fasilitas layanan yang diberikan terhadap kepuasan konsumen?
- Seberapa besar penilaian seorang konsumen terhadap kualitas layanan?

b. Hipotesis

- Hubungan kualitas layanan dan *behavioral intensions* yang *favorable*, dan negatif untuk *behavioral intensions* yang *unfavorable*.
- Hubungan kualitas layanan dan *behavioral intensions* memiliki slope yang berbeda dibawah dan diatas zone toleransi relatif terhadap di dalam zone toleransi.
- *Behavioral intensions* yang *favorable* adalah tertinggi dan *unfavorable* adalah terendah pada konsumen yang tidak mengalami masalah layanan.

¹⁰ Jurnal “*Analisis Konsekuensi Perilaku Konsumen terhadap kualitas layanan*” di Yogyakarta Ralina Transistari – Basu Swastha Dharmmesta (Kajian Bisnis, April 2002)

- *Behavioral intentions* yang *favorable* maupun *unfavorable* adalah menengah untuk konsumen yang mengalami masalah layanan yang terselesaikan.
- *Behavioral intention* yang *favorable* dan *unfavorable* adalah tertinggi untuk konsumen yang mengalami masalah layanan yang tidak terselesaikan.

c. Metodologi penelitian

1. Metode pengumpulan data

Pengumpulan dilakukan dengan metode survey dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuisisioner yang disampaikan langsung maupun tidak langsung kepada responden.

2. Instrumen dan pengukuran

Pada penelitian ini variabel-variabel yang diteliti pada intinya ada dua yaitu *service quality* (kualitas layanan) dan *behavioral intentions* (kemungkinan tindakan yang akan diambil konsumen).

Operasionalisasi kualitas layanan dilakukan dengan multi-item scale model SERVQUAL yang terdiri dari 22 pertanyaan, dengan skala 1 sampai dengan 9 (dari rendah sampai tinggi) dan 2 pertanyaan kategori untuk mengukur apakah responden pernah mengalami suatu masalah layanan atau tidak. Responden diminta untuk mengisi dan menentukan setiap persepsi-persepsi yang mereka harapkan dan pada level apa layanan yang diharapkan agar keinginan dan harapannya terpenuhi

sehingga manajemen dapat menentukan strategi pelayanan di masa depan.

3. Analisis Faktor

Analisis faktor digunakan untuk mengkaji dimensi-dimensi dari butir-butir pertanyaan *behavioral intentions*.

4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda untuk mengkaji secara simultan:

- a. Apakah slope hubungan dalam zone toleransi secara signifikan berbeda dengan 0 (nol).
- b. Apakah slope berbeda secara signifikan dari slope di bawah dan diatas zone toleransi.

5. Analisis Anova

Analisa varian (*one-way ANOVA*) untuk menentukan apakah nilai-nilai pada tiap dimensi *behavioral intentions* berbeda antar tiga kelompok tersebut. Penelitian ini melibatkan 330 responden yang terdiri dari 115 (34%) responden nasabah BNI, 81 (25%) BII, 69 (21%) Jiwairaya dan 65 (21%) Bumi Putera. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan kualitas layanan dan *behavioral intentions* yang *favorable*, dan negatif untuk *behavioral intentions* yang *unfavorable*.

6.) Kesimpulan

- a. Kualitas layanan terbukti memiliki hubungan dengan kecenderungan konsumen untuk berperilaku (*behavioral*

intensions) tertentu. Hubungan tersebut bersifat positif untuk *behavioral intensions* yang menyenangkan (*favorable*) yang dilihat dari tingkat loyalitas konsumen (*loyalty*) dan kesediaan konsumen untuk membayar harga premium (*pay more*).

- b. Dapat ditunjukkan bahwa hubungan kualitas layanan dengan empat dimensi *behavioral intensions* pada beberapa sampel memiliki slope yang berbeda di bawah, dalam dan diatas zone toleransi.
- c. Dapat diketahui bahwa penyelesaian masalah yang memuaskan belum tentu mengurangi kepindahan konsumen ke perusahaan lain.

2.3 Hipotesis

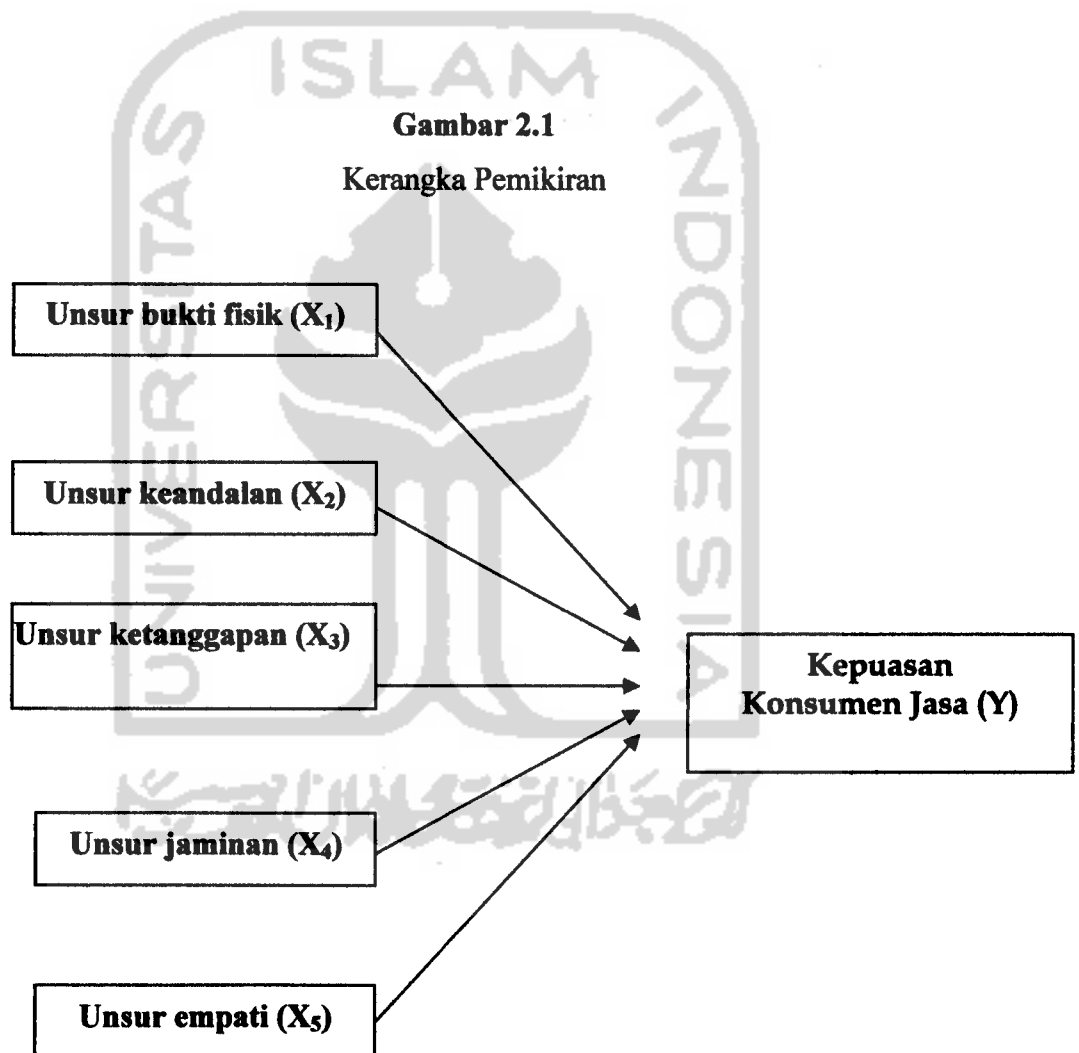
Adalah kesimpulan awal yang masih harus dibuktikan kebenarannya.

Hipotesis dalam penelitian ini :

- a) Aspek yang mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen adalah bukti fisik.
- b) Keandalan merupakan aspek yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- c) Ketanggapan perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- d) Unsur jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- e) Unsur empati mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menjelaskan hubungan antara unsur-unsur dari kualitas jasa yaitu unsur bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen, seperti yang terlihat pada gambar berikut:



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Perusahaan

Lokasi rumah sakit Mitra Keluarga Husada berada di antara Jalan Raya Pedan - Juwiring No.1 di Desa Kedungan, Pedan, Klaten. Letak Rumah Sakit yang strategis karena berada di pinggir jalan utama, di depan Rumah Sakit terdapat toko swalayan yang memudahkan para pengunjung, keluarga dan staf dalam mencari kebutuhan. Rumah Sakit ini sudah sangat maju karena dilengkapi dengan:

- | | |
|--|--------------------|
| a. Instalasi / Unit Gawat Darurat(UGD) | b. Poliklinik |
| c. Laboratorium | d. Foto Rotgen |
| e. Apotik 24 jam | f. USG |
| g.. Ambulance | h. Ruang Konseling |

Selain berbagai peralatan dan perlengkapan di atas tadi, di RS Mitra juga terdapat satu mobil ambulance yang selalu siap selama 24 jam untuk melayani kebutuhan pasien. Tempat parkir yang lumayan luas juga mendukung kenyamanan dan keamanan dari para pasien dan keluarga maupun pengunjung yang datang. Rumah Sakit ini juga menyediakan atau membuka praktek dokter specialist pada hari-hari tertentu. Dibawah ini adalah keseluruhan staf dari RS.Mitra Keluarga Husada:

Tabel 3.1

Tabel Staf RS. Mitra

No	Spesialist	Keterangan	Jumlah
1	Dokter mata	Ada	1 orang
2	Dokter Gigi	Ada	2 orang
3	Dokter Kandungan	Ada	2 orang
4	Perawat	Ada	15 orang
5	Bidan	Ada	4 orang
Jumlah			24 orang

Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada juga menyediakan berbagai alternative pilihan kamar untuk konsumen/pasien yang harus rawat inap, mulai dari kelas I (1 bed, TV, kamar mandi dalam) sampai dengan kelas III (ekonomi).

3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.2.1 Variabel Terikat (Dependent)

Sebagai variabel terikat pada penelitian ini adalah penilaian konsumen, dalam hal ini pasien terhadap kualitas layanan, berdasarkan pengalaman selama menggunakan jasa Rumah Sakit Mitra Husada. Pasien diberi pertanyaan tentang kepuasannya terhadap jasa layanan Rumah Sakit Mitra Husada, yang harus dijawab dengan mengisi tingkat kepuasan dalam format

tipe skala Linkert. Dalam penelitian ini pertanyaan yang akan diajukan yaitu : “ secara umum perasaan anda atas jasa pelayanan Rumah Sakit Mitra Husada menurut masing-masing variabel “ dengan jawaban sangat tidak puas (1) sampai dengan sangat puas (5).

3.2.2 Variabel Bebas (Independent)

Variabel Bebas dalam penelitian ini adalah atribut kualitas jasa yang mencakup 22 items yaitu terdiri dari bukti fisik, keandalan, jaminan, ketanggapan dan empati, sebagaimana model SERVQUAL (Service Quality) yang dikembangkan Parasuraman. Untuk aspek kualitas jasa ini responden diberi 22 pertanyaan (lihat tabel 2.1) yang harus dijawab juga dalam skala Linkert yaitu 1 mewakili sangat tidak setuju sampai 5 mewakili sangat setuju.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel bebas

Items	Definisi Operasional	Dimensi
1	Kondisi peralatan : laboratorium, foto rotgen, USG, poliklinik, apotik dan ruang operasi	Bukti fisik
2	Kondisi kawasan sekitar dan gedung	Bukti fisik
3	Kondisi sumber daya manusia : kerapian penampilan pegawai / staf Rumah Sakit	Bukti fisik
4	Keselarasn fasilitas fisik dengan jasa yang diberikan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada	Bukti fisik

5	Kesesuaian pelayanan dengan jadwal yang telah disusun, atau ketepatan waktu	Keandalan
6	Perhatian serius terhadap konsumen atau pasien yang mendapat masalah dalam perawatan.	Keandalan
7	Keandalan dalam menyampaikan jasa dari awal hingga akhir	Keandalan
8	Ketepatan waktu pelayanan sesuai janji yang diberikan	Keandalan
9	Keakuratan penanganan sesuai janji yang diberikan	Keandalan
10	Kejelasan penyampaian informasi	Daya tanggap
11	Kesediaan staf / pegawai dalam memberikan layanan yang cepat	Daya tanggap
12	Kesediaan staf / pegawai dalam membantu kesulitan yang dihadapi konsumen atau pasien	Daya tanggap
13	Keluangan waktu pegawai dalam menanggapi permintaan konsumen dengan cepat	Daya tanggap
14	Kompetensi atau kemampuan pegawai	Jaminan
15	Perasaan aman selama berhubungan dengan pihak Rumah Sakit	Jaminan
16	Kesabaran staf dan pegawai Rumah Sakit	Jaminan
17	Dukungan Rumah Sakit terhadap staf / pegawai untuk melaksanakan tugas dengan baik	Jaminan
18	Perhatian perusahaan secara individu pada	Empati

	konsumen	
19	Perhatian personal kepada konsumen oleh staf / pegawai Rumah Sakit	Empati
20	Pemahaman staf / pegawai perusahaan akan kebutuhan dan perasaan pasien.	Empati
21	Kesungguhan perusahaan terhadap kepentingan konsumen	Empati
22	Keluwesannya atau kesesuaian jam kerja Rumah Sakit dengan kesibukan konsumen	Empati

3.3 Sumber Data

Sumber data dibedakan menjadi 2 yaitu :

1. Data Intern yakni informasi yang relevan, yang biasa digunakan, dikumpulkan dan digunakan pihak sendiri untuk menjawab penelitian tertentu.
2. Data ekstern, terdiri atas :
 - a. Data primer yakni informasi yang relevan, yang berasal, dikumpulkan dan dipublikasikan khusus oleh sumber asli dan digunakan untuk menjawab pertanyaan tertentu oleh pihak lain.
 - b. Data sekunder yakni informasi yang relevan dari hasil studi pihak lain untuk sasaran mereka sendiri tetapi dapat digunakan pihak lain guna menjawab penelitian pihak lain tersebut.

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden, data primer meliputi :

- a. Karakteristik responden
- b. Tanggapan pasien atas aspek kualitas pelayanan jasa Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada yang terdiri dari aspek bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati
- c. Tanggapan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa ini
Untuk memperoleh data primer yang diperlukan digunakan tehnik pengisian kuesioner, yang diisi oleh pasien Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung atau data yang diperoleh dan disusun dari pihak lain. Data sekunder meliputi :

- a. Gambaran umum Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada, Pedan Klaten.
- b. Strategi penanganan kualitas Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada
- c. Informasi terkait dengan perkembangan jasa pelayanan kesehatan di Indonesia umumnya dan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada khususnya
- d. Untuk mendapatkan data sekunder yang dibutuhkan, dilakukan dengan mempelajari literatur yang terkait dengan perkembangan jasa kesehatan, selain itu juga diperoleh melalui fasilitas internet.

3.4 Alat Pengumpul Data

3.4.1 Pengumpulan Data Primer

Yaitu dengan menggunakan kuisisioner, dengan cara responden mengisi daftar pertanyaan yang diberikan agar diperoleh jawaban yang berupa data yang akan dianalisis. Adapun teknik dan instrumen pengumpulan data lapangan dilakukan melalui :

a. Kuesioner

Yaitu dengan membuat suatu daftar pertanyaan yang akan diisi oleh responden untuk memperoleh data yang berupa jawaban yang akan dianalisis.

b. Wawancara

Dilakukan dengan melakukan tanya jawab atau wawancara langsung dengan responden untuk mengetahui berbagai informasi yang diperlukan dan itu tidak didapatkan melalui kuesioner

3.4.2 Pengumpulan Data Sekunder

Diperoleh melalui studi pustaka yang bersumber dari literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian ini, selain itu juga dilakukan pencarian data yang dibutuhkan melalui situs-situs layanan jasa kesehatan di Indonesia dan perkembangannya.

3.4.3 Uji Instrumen Alat Pengumpul Data

Untuk menguji apakah alat pengumpul data dari suatu penelitian mampu mendapatkan hasil yang valid atau reliabel maka digunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah konsumen yang menggunakan jasa Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada, Pedan, Klaten.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah sebagian populasi yang ditentukan berdasarkan karakteristik tertentu dan dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi, dalam hal ini sebanyak 100 orang yang sebagian dari pasien Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada.

3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-random sampling* – Sampel Keputusan (*Judgement convenience Sampling*) yaitu teknik pengambilan sampel yang memilih anggota-anggota sampel yang sesuai dengan kriteria tertentu atas dasar tujuan penelitian yang ingin dicapai.

3.5.4 Penentuan Jumlah Sampel

Karena dalam penelitian ini tidak diketahui jumlah populasi, maka dengan pertimbangan hal tersebut digunakan rumus sebagai berikut (Algifari, Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis hlm.36)¹ :

¹ Algifari, Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis hlm 36

$$E = Z_{\frac{1}{2}\alpha} \cdot \frac{S}{\sqrt{n}}$$

Dimana :

E = Besarnya kesalahan estimasi

$Z_{\frac{1}{2}\alpha}$ = Batas interval keyakinan

S = Standar deviasi sampel

N = Banyaknya sampel yang diduga di dalam penelitian.

Dengan menggunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5% maka $Z_{\frac{1}{2}\alpha} = 1.96$ standar deviasi 0.5 dan tingkat kesalahan yang mungkin terjadi (E) tidak lebih dari 10 % maka :

$$0.1 = 1.96 \cdot \frac{0.5}{\sqrt{n}}$$

$$0.1 = \frac{0.98}{\sqrt{n}}$$

$$\sqrt{n} = \frac{0.98}{0.1}$$

$$\sqrt{n} = 9.8$$

$$n = (9.8)^2$$

$$n = 96.04 \rightarrow \text{pembulatan angka menjadi } 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden, dan hal ini dianggap sudah cukup mewakili populasi yang akan diteliti.

3.6 Metode Analisis

3.6.1 Pengujian Hipotesis

a. Variabel Bukti fisik (X_1)

Bukti fisik merupakan variabel yang paling mudah untuk diamati secara kasat mata dan dirasakan. Variabel ini meliputi ; Gedung, Kamar

perawatan, Ruang operasi, Ruang penyembuhan, Ruang tunggu, Resep dokter, Kwitansi pembayaran, Material komunikasi dan Peralatan-peralatan medis yang dipergunakan dalam memberikan pelayanan jasa kesehatan bagi pasien/konsumen.

b. Variabel Keandalan (X_2)

Variabel keandalan akan memberikan rasa dihargai bagi pasien/konsumen yang menggunakan jasa pelayanan. Variabel ini meliputi ; Kedatangan dokter dengan jadwal praktek / jaga, Profesionalitas dokter dan perawat, Alat-alat Bantu dalam perawatan, ketersediaan obat dan Keakuratan dalam mendiagnosis.

c. Variabel Ketanggapan (X_3)

Kemampuan pegawai, dokter, dan tenaga medis untuk membantu para pasien dalam memberikan pelayanan medis dengan tanggap dan cepat. Variabel ini meliputi ; Kejelasan penyampaian informasi, Pemberian pelayanan yang cepat, Kesigapan para dokter dan staff dalam menangani keluhan pasien, Terdapatnya waktu luang dari staff dan perawat untuk membantu kesulitan dan keluhan pasien.

d. Variabel Jaminan (X_4)

Variabel jaminan mencakup kemampuan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada beserta seluruh staff medis dan non medis dalam menjaga

kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan medis kepada konsumen/pasien serta dapat dipertanggung jawabkan. Variabel ini meliputi ; Kompetensi atau kemampuan staff dan perawat rumah sakit, Perasaan aman selama pasien dalam perawatan, Kesabaran para pegawai,staff, dokter dan perawat dalam menangani segala kondisi pasien

e. Variabel Empati (X_5)

Variabel empati adalah kemampuan Rumah Sakit Mitra keluarga Husada dalam memberikan perhatian yang tulus pada kebutuhan pasien/konsumen. Variabel empati meliputi; Perhatian pihak rumah sakit secara individu kepada pasien, Perhatian dari pegawai staff yang bertanggung jawab secara personal kepada pasien, Pemahaman kebutuhan dan perasaan nyaman yang diinginkan oleh pasien, Kesembuhan pasien yang cepat lebih diutamakan, Kesesuaian jam kerja dari rumah sakit terhadap kesibukan pasien rawat jalan

3.6.2 Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif adalah analisis yang menjelaskan hasil dari analisa kuantitatif, yaitu analisa yang didasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari responden dengan menggunakan daftar pertanyaan. Definisi mengenai metodologi kualitatif itu sendiri adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-

orang dan perilaku yang diamati. Di dalam penelitian kualitatif terdapat empat tahap penelitian, yaitu tahap sebelum ke lapangan, pekerjaan lapangan, analisis data, dan penulisan laporan. Teknik penelitian sebagai salah satu bagian penting dalam penelitian kualitatif dapat dibagi dalam tujuh pokok persoalan. Bagian pertama mempersoalkan sumber dan jenis data yang terdiri atas kata-kata dan tindakan, sumber tertulis, foto, dan data statistik. Pokok persoalan kedua adalah peranan manusia sebagai instrumen. Persoalan ketiga adalah pengamatan. Kemudian yang keempat adalah wawancara, yang diuraikan dari segi pengertian dan macam-macamnya, bentuk pertanyaan, penataurutan pertanyaan, perencanaan wawancara, dan pelaksanaan serta kegiatan sesudah wawancara. Dan yang kelima adalah catatan lapangan, hal ini adalah salah satu kunci pokok pelaksanaan penelitian kualitatif. Yang keenam adalah penggunaan dokumen, baik dokumen resmi maupun dokumen pribadi. Dan yang terakhir adalah persoalan sampling dan satuan kajian.

3.6.3 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang mengacu pada perhitungan data penelitian yang berupa angka-angka. Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- 1. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan variabel bebas (kinerja jasa) dan variabel terikat (kepuasan konsumen).

Model regresi berganda (Zaenal Mustofa EQ. Pengantar Statistitik Terapan Untuk Ekonomi, hlm. 128) adalah :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5^2$$

Dimana :

Y = estimasi rata-rata kepuasan konsumen

b_0 = konstanta persamaan regresi

b_1 = koefisien regresi variabel X_1 (dimensi bukti fisik)

X_1 = rata-rata jumlah dimensi bukti fisik

b_2 = koefisien regresi variabel X_2 (dimensi keandalan)

X_2 = rata-rata jumlah dimensi keandalan

b_3 = koefisien regresi variabel X_3 (dimensi ketanggapan)

X_3 = rata-rata jumlah dimensi ketanggapan

b_4 = koefisien regresi variabel X_4 (dimensi jaminan)

X_4 = rata-rata jumlah dimensi jaminan

b_5 = koefisien regresi variabel X_5 (dimensi empati)

X_5 = rata-rata jumlah dimensi empati.

2. Pengujian Hipotesis Secara Serentak (Uji F)

Digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Langkah-langkah pengujian ini :

² Zaenal Mustofa EQ. Pengantar Statistitik Terapan Untuk Ekonomi, hlm. 128

a. Membuat Formulasi Hipotesis

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$$

Tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq 0$$

Ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).

b. Menentukan level signifikansi dengan F-tabel.

c. Mencari F-Hitung dengan rumus :

$$F_h = \frac{KRR}{KRS} \quad \text{atau}$$

$$F_h = \left(\frac{b_1 \cdot \sum yx_1 + \dots + b_5 \cdot \sum yx_5}{dfr} \right) : \left(\frac{\sum y^2 - (b_1 \cdot \sum yx_1 + \dots + b_5 \cdot \sum yx_5)}{dfs} \right)$$

Dimana :

F_h : Hasil uji F

KRR : Kuadrat Rerata Regresi

KRS : Kuadrat Rerata Simpangan

k : Banyaknya variabel X

n-1-k : Derajat kebebasan simpangan

d. Mengambil Keputusan

Jika F-hitung < F-tabel, maka H₀ diterima

Jika F-hitung > F-tabel, maka H_a diterima, atau

Jika angka signifikansi > 0,05 maka H₀ diterima

Jika angka signifikansi ≤ 0,05 maka H₀ ditolak

3. Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial (Uji T)

Digunakan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh antara masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Langkah-langkah :

a. **Membuat Formulasi Hipotesis**

$H_0 : b_1 = 0$ (hipotesis nihil)

Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

$H_a : b_1 \neq 0$ (hipotesis alternatif)

Artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

b. **Menentukan level signifikansi dengan menggunakan t-tabel.**

c. **Menghitung nilai t-statistik dengan rumus :**

$$t_h = \frac{b_1}{S_{b_1}}$$

Dimana :

t_h : nilai uji t

b_1 : koefisien regresi

S_{b_1} : harga kekeliruan standar penaksir koefisien

d. **Mengambil Keputusan**

Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima

Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_a diterima, atau

Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima

Jika signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak

4. Analisis Korelasi Berganda

Digunakan untuk mengetahui tingginya derajat hubungan antara semua variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Harga koefisien korelasi ganda dihitung dari koefisien determinasi secara umum rumusnya adalah :

$$R^2 = \frac{b_1 \Sigma yx_1 + b_2 \Sigma yx_2 + b_3 \Sigma yx_3 + b_4 \Sigma yx_4 + b_5 \Sigma yx_5}{\Sigma y^2}$$

Nilai R^2 terletak antara 0 dan 1. Jika nilai $R^2 = 1$ berarti 100 % total variasi variabel dependen diterangkan oleh variabel independen. Jika $R^2 = 0$ berarti tidak ada variasi Y yang diterangkan oleh X_1, X_2, X_3, X_4 maupun X_5 .

3.7. Uji Asumsi Klasik

3.7.1. Uji Asumsi Multikolinieritas

Meskipun ada perdebatan untuk perlu tidaknya uji asumsi klasik pada estimasi dengan menggunakan data panel, dalam penelitian ini penulis memandang perlu dilakukan atas pertimbangan asumsi klasik.

Meskipun ada perdebatan untuk perlu tidaknya uji asumsi klasik pada estimasi dengan menggunakan data panel, dalam penelitian ini penulis memandang perlu dilakukan atas pertimbangan asumsi klasik.

Variance Inflation Factor (VIF)

VIF merupakan faktor yang mengukur besarnya peningkatan variansi dari estimasi koefisien regresi sebagai perbandingan terhadap variabel-variabel regresor yang tidak bergantung linier. Kesignifikanan dari VIF dimulai dari ketelitian estimasi koefisien regresi dengan OLS yang diukur dari variansinya. Satu atau lebih VIF yang besar mengindikasikan adanya multikolinieritas. Nilai VIF lebih dari 10, sering dijadikan sebagai indikasi bahwa multikolinieritas bisa berpengaruh buruk pada estimasi dengan OLS.

3.7.2. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas. Dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas. Heterokedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya.

Pengujian terhadap heterokedastisitas dilakukan dengan pengujian Park. Caranya dengan meregresi logaritma linier antara nilai residual kuadrat dan nilai variabel independen untuk memperoleh nilai koefisien yang kemudian dilihat signifikansinya. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 5% (0,05), maka tidak terdapat heterokedastisitas. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 5% (0,05), maka terdapat heterokedastisitas.

3.7.3. Uji Asumsi Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (seperti dalam data runtut waktu atau *time series*) atau ruang (seperti dalam data lintas sektoral atau *cross section*). Pengujian ini bertujuan untuk menguji asumsi yang mengatakan bahwa variabel pengganggu pada suatu periode tidak berkorelasi dengan variabel pengganggu lain, jika ada autokorelasi maka parameter yang diestimasi akan bias dan variannya tidak minimal.

Untuk mendiagnosis adanya autokorelasi dalam suatu model regresi dilakukan dengan pengujian terhadap nilai uji *Durbin Watson* (DW) dengan ketentuan sebagai berikut :

Tabel 3.3.
Pengukuran Autokorelasi

Durbin Watson	Kesimpulan
kurang dari 1.08	Ada autokorelasi
1.08 sampai dengan 1.66	Tanpa Kesimpulan
1.66 sampai dengan 2.34	Tidak ada autokorelasi
2.34 sampai dengan 2.92	Tanpa Kesimpulan
lebih dari 2.92	Ada autokorelasi

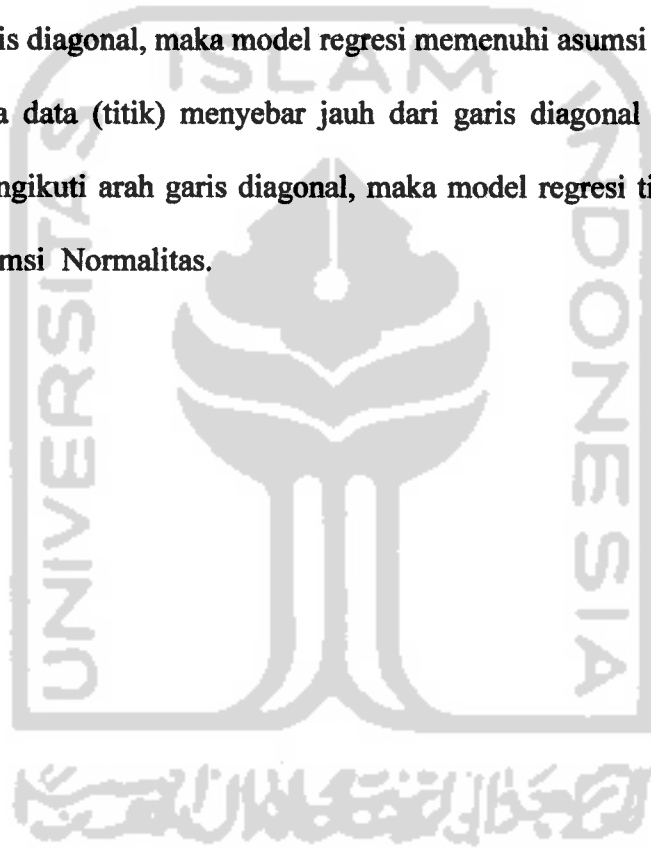
3.7.4 Uji Asumsi Normalitas

Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependent (Y), variabel independent (X) atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Deteksi normalitas dengan

melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal (garis regresi) dari grafik.

Dasar pengambilan keputusan:

- a) Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas.
- b) Jika data (titik) menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi Normalitas.



BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Penelitian

Responden yang menjadi obyek penelitian merupakan pasien Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten dan data responden dapat diketahui melalui lima hal yaitu : jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, dan penghasilan.

Jumlah responden sebanyak seratus orang yang kemudian diminta menjawab kuisisioner yang berisi data diri, tanggapan kualitas jasa, dan tingkat kepuasan yang dirasakan sehubungan dengan penggunaan jasa Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada. Data diri responden tersebut kemudian dikelompokkan berdasar masing-masing karakteristik seperti yang tersaji pada tabel 4.1 hingga tabel 4.5.

4.2 Karakteristik Responden

a. Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Summary		Frequency	Percent	Valid %	Cumulative %
Valid	Pria	53	53,0	53,0	53,0
	Wanita	47	47,0	47,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data primer yang diolah

b. Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

Summary		Frequency	Percent	Valid %	Cumulative %
Valid	< 20 tahun	11	11,0	11,0	11,0
	21 - 30 tahun	24	24,0	24,0	35,0
	31 - 40 tahun	35	35,0	35,0	70,0
	41 - 50 tahun	21	21,0	21,0	91,0
	< 50 tahun	9	9,0	9,0	100,0
	Jumlah	100	100,0	100,0	

Sumber : data primer yang diolah

c. Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Summary		Frequency	Percent	Valid %	Cumulative %
Valid	Mahasiswa / Pelajar	20	20,0	20,0	20,0
	PNS / TNI / POLRI	45	45,0	45,0	65,0
	Wiraswasta / karyawan	24	24,0	24,0	89,0
	Lain-lain	11	11,0	11,0	100,0
	Jumlah	100	100,0	100,0	

Sumber : data primer yang diolah

d. **Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Pendidikan

Summary		Frequency	Percent	Valid %	Cumulative %
Valid	SD / SMTP	14	14,0	14,0	14,0
	SLTA	65	65,0	65,0	79,0
	P T	21	21,0	21,0	100,0
	Jumlah	100	100,0	100,0	

Sumber : Data primer yang diolah

e. **Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan**

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Summary		Frequency	Percent	Valid %	Cumulative %
Valid	≤ Rp. 500 ribu	13	13,0	13,0	13,0
	Rp. 500rb - Rp. 1 juta	28	28,0	28,0	41,0
	Rp.1 juta - Rp.1,5 juta	35	35,0	35,0	76,0
	Rp.1,5 juta - Rp. 2 juta	13	13,0	13,0	89,0
	> Rp. 2.000.000	11	11,0	11,0	100,0
Jumlah	100	100,0	100,0		

Sumber : data primer yang diolah

4.3 Penilaian Responden terhadap Variabel yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Junlah responden penelitian ini adalah sebanyak 100 orang dari pasien Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada yang sudah dirawat minimal (3 x 24) jam dan dianggap sudah bisa mewakili secara representatif keseluruhan variabel penelitian. Pada penelitian ini penulis memberikan 5 alternatif jawaban dengan menggunakan tipe skala linkert, yaitu skala yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab pertanyaan dengan berbagai tingkatan pada setiap butir pertanyaan.

Dalam hal ini penulis menggunakan 5 tingkat skala Linkert yang terdiri dari sangat setuju / sangat puas, setuju / puas, netral, tidak setuju / tidak puas , sangat tidak setuju / sangat tidak puas, dengan harapan akan mendapat hasil yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah sakit Mitra Keluarga Husada Pedan – Klaten, dengan bobot penilaian jawaban sebagai berikut:

<u>Keterangan</u>	<u>Bobot</u>
1.) Sangat tidak setuju / sangat tidak puas berbobot	= 1
2.) Tidak setuju / tidak puas berbobot	= 2
3.) Netral berbobot	= 3
4.) Setuju / puas berbobot	= 4
5.) Sangat setuju / sangat puas berbobot	= 5

4.3.1 Penilaian Responden terhadap Bukti Fisik yang Diberikan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten.

Bukti fisik merupakan variabel atau faktor yang mempunyai sifat nyata, sehingga dalam hal ini konsumen atau pasien dapat dengan mudah menilai kepuasan mereka terhadap bukti fisik yang diberikan. Berikut hasil penilaian responden terhadap bukti fisik :

Tabel 4.6
Penilaian Responden terhadap Bukti Fisik

Penilaian	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
Sangat setuju	5	57	285	57%
Setuju	4	36	144	36%
Netral	3	7	21	7%
Tidak Setuju	2	-	-	-
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Jumlah Responden			450	100%
Rata-Rata Responden			4,50	

Sumber : data primer yang diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa sebanyak 100 responden memberikan penilaian terhadap fasilitas fisik yang memadai dan sesuai dengan harapan konsumen. Sebanyak 57 responden menyatakan sangat setuju terhadap kondisi dan fasilitas fisik yang ada, sebanyak 36 responden

menyatakan setuju, sebanyak 7 responden menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

4.3.2 Penilaian Responden terhadap Unsur Keandalan yang Dimiliki Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten.

Tabel 4.7
Penilaian Responden terhadap Unsur Keandalan

Penilaian	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
Sangat setuju	5	32	160	32%
Setuju	4	61	244	61%
Netral	3	6	18	6%
Tidak Setuju	2	1	2	1%
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Jumlah Responden			424	100%
Rata-Rata Responden			4,24	

Sumber : data primer yang diolah

Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten. memberikan keandalan, yaitu berupa pemberian pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Sebanyak 32 responden menyatakan sangat setuju, 61 responden menyatakan setuju, 6 responden menyatakan netral, 1 responden menyatakan tidak setuju, dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju.

4.3.3 Penilaian Responden terhadap Unsur Ketanggapan yang Dimiliki Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten.

Tabel 4.8
Penilaian Responden terhadap Unsur Ketanggapan

Penilaian	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
Sangat setuju	5	47	235	47%
Setuju	4	46	184	46%
Netral	3	4	12	4%
Tidak Setuju	2	3	6	3%
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Jumlah Responden			437	100%
Rata-Rata Responden			4,37	

Sumber : data primer yang diolah

Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten memberikan ketanggapan sesuai apa yang diharapkan pasien. Sebanyak 47 responden menyatakan sangat setuju, 46 responden menyatakan setuju, 4 responden menyatakan netral, 3 responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju. Rata-rata penilaian responden terhadap variabel ketanggapan adalah 4,37.

4.3.4 Penilaian Responden terhadap Unsur Jaminan yang Dimiliki Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten.

Tabel 4.9

Penilaian Responden terhadap Unsur Jaminan

Penilaian	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
Sangat setuju	5	54	270	54%
Setuju	4	39	156	39%
Netral	3	4	12	4%
Tidak Setuju	2	3	6	3%
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Jumlah Responden			444	100%
Rata-Rata Responden			4,44	

Sumber : data primer yang diolah

Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten memberikan unsur jaminan sesuai apa yang diharapkan pasien. Sebanyak 54 responden menyatakan sangat setuju, 39 responden menyatakan setuju, 4 responden menyatakan netral, 3 responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju.

4.3.5 Penilaian Responden terhadap Unsur Empati yang Dimiliki Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten.

Tabel 4.10

Penilaian Responden terhadap Unsur Empati

Penilaian	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
Sangat setuju	5	49	245	49%
Setuju	4	39	156	39%
Netral	3	9	27	9%
Tidak Setuju	2	3	6	3%
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Jumlah Responden			434	100%
Rata-Rata Responden			4,34	

Sumber : data primer yang diolah

Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten. memberikan unsur empati sesuai apa yang diharapkan pasien Sebanyak 49 responden menyatakan sangat setuju, 39 responden menyatakan setuju, 9 responden menyatakan netral, 3 responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju.

4.3.6 Tanggapan Konsumen terhadap Kepuasan yang Diperoleh dari layanan jasa yang diberikan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten

Tabel 4.11

Tanggapan Konsumen terhadap Kepuasan yang Diperoleh

Penilaian	Bobot	Jml.Resp.	Skor	Prosentase
Sangat setuju	5	57	285	57%
Setuju	4	37	148	37%
Netral	3	6	18	6%
Tidak Setuju	2	-	-	-
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Jumlah Responden			451	100%
Rata-Rata Responden			4,51	

Sumber : data primer yang diolah

Penilaian kepuasan konsumen diperoleh dari masing-masing variabel, yaitu apakah konsumen merasa puas terhadap layanan jasa yang diberikan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten. yang meliputi unsur fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Sebanyak 57 responden menyatakan sangat puas, 37 responden menyatakan puas, 6 responden menyatakan cukup, dan tidak ada responden menyatakan tidak puas dan sangat tidak puas.

4.4 Uji Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan penyebaran kuisioner, terlebih dahulu dilakukan pengujian instrumen penelitian. Terdapat dua alat penguji instrumen penelitian, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Untuk melakukan uji ini digunakan sampel sebanyak 30 responden dengan menggunakan program SPSS ver. 12.0 for windows.

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji instrumen penelitian, dalam hal ini kuisioner, agar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Tiap butir pertanyaan dapat dikatakan valid bila nilai koefisien korelasinya lebih dari 0,3 (Sugiyono, 2003, hlm. 124) Dengan menggunakan program SPSS ver. 12.0 for windows dengan sub menu *pearson correlations* maka hasil uji validitas dapat ditunjukkan sebagai berikut :

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas

Variabel	Korelasi	Signifikansi	Hasil
Penilaian Responden terhadap Bukti Fisik (X₁)			
1	0,524	0,003	Valid
2	0,919	0,000	Valid

3	0,892	0,000	Valid
4	0,780	0,000	Valid
Penilaian Responden terhadap Unsur Keandalan(X₂)			
5	0,527	0,003	Valid
6	0,724	0,000	Valid
7	0,896	0,000	Valid
8	0,736	0,000	Valid
9	0,709	0,000	Valid
Penilaian Responden terhadap Unsur Ketanggapan (X₃)			
10	0,891	0,000	Valid
11	0,602	0,000	Valid
12	0,895	0,000	Valid
13	0,821	0,000	Valid
Penilaian Responden terhadap Unsur Jaminan (X₄)			
14	0,573	0,001	Valid
15	0,744	0,000	Valid
16	0,814	0,000	Valid
17	0,650	0,000	Valid
Penilaian Responden terhadap Unsur Empati (X₅)			

18	0,626	0,000	Valid
19	0,738	0,000	Valid
20	0,798	0,000	Valid
21	0,529	0,003	Valid
22	0,705	0,000	Valid
Tanggapan pasien terhadap Kepuasan yang Diperoleh (Y)			
23	0,576	0,001	Valid
24	0,799	0,000	Valid
25	0,831	0,000	Valid
26	0,619	0,000	Valid
27	0,451	0,12	Valid

Sumber : data primer yang diolah

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa setiap butir pertanyaan dinyatakan valid, hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasinya lebih dari 0,3. Dengan demikian setiap butir pertanyaan dapat digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Dilakukan untuk menghasilkan suatu instrumen penelitian yang bila digunakan beberapa kali dengan menggunakan obyek yang sama akan menghasilkan data yang relatif sama pula. Uji ini ditujukan pada setiap item

pertanyaan pada masing–masing variabel yang akan diukur, dimana tiap item pertanyaan dapat dikatakan reliabel bila memiliki alpha lebih dari 0,6. (Ghozali, 2002, hlm. 133). Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program aplikasi SPSS ver. 12.0 for windows adalah sebagai berikut :

Tabel 4.13

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha (α)	Status
Bukti Fisik (X_1)	0,7766	Reliabel
Keandalan (X_2)	0,7583	Reliabel
Ketanggapan (X_3)	0,8185	Reliabel
Jaminan (X_4)	0,6483	Reliabel
Empati (X_5)	0,7062	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,6823	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel, hal ini dapat dilihat dari besarnya nilai alpha (α) lebih besar dari 0,6. Dengan demikian semua variabel dan alat pengukur yang digunakan pada penelitian ini adalah valid dan reliabel.

4.5 Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini dibahas angka-angka hasil perhitungan statistik. Pengolahan data statistik digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu dengan menggunakan uji regresi berganda, uji secara serentak, uji parsial, dan uji korelasi berganda.

4.5.1 Uji Secara Serentak atau Uji F

Tujuan dari uji serentak atau uji F ini yaitu untuk menguji apakah variabel independen yang terdiri dari unsur fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati secara serentak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien mengenai jasa layanan yang diberikan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten.

Dari hasil olah data dengan menggunakan program SPSS melalui tampilan pada tabel anova untuk melihat besarnya nilai F hitung dan tingkat signifikansi, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.14
Uji Secara Serentak atau Uji F

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,944	5	2,389	26,937	,000 ^a
	Residual	8,336	94	,089		
	Total	20,280	99			

a. Predictors: (Constant), Empati (X5), Keandalan (X2), Ketanggapan (X3), Bt Fisik (X1), Jaminan (X4)

b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Dari hasil olah data tersebut dapat dilakukan pengujian dengan langkah-langkah :

a. Hipotesis

$H_0 : b_1=b_2=b_3=b_4=b_5=0$ = tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq 0$ = ada pengaruh yang positif dan signifikan

b. Dasar pengambilan keputusan

Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, maka H_0 diterima

Jika $F\text{-hitung} \geq F\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak, atau

Jika angka signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima

Jika angka signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak

c. Hasil olah data dengan taraf signifikansi sebesar 5%, diperoleh hasil sebagai berikut:

- Nilai dk pembilang = 5

- Nilai dk penyebut = 94

Sehingga dengan nilai tersebut pada tabel distribusi F diperoleh nilai F tabel sebesar 2,31 Sedangkan dari hasil pengolahan data diperoleh nilai F hitung sebesar 26,937 Dengan demikian $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, atau jika kita merujuk pada besar signifikansinya, pada hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa signifikansinya $\leq 0,05$.

d. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai F-hitung > F-tabel atau signifikansinya $\leq 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa secara bersama-sama variabel fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4.5.2 Uji Parsial atau Uji T

Untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh antara masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Agar lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.15
Uji Parsial atau Uji - t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,833	,336		2,476	,015
	Bukti Fisik (X1)	,050	,102	,047	,486	,628
	Kehandalan (X2)	,043	,083	,041	,517	,606
	Ketanggapan (X3)	,173	,079	,190	2,187	,031
	Jaminan (X4)	,346	,085	,403	4,091	,000
	Empati (X5)	,205	,079	,251	2,591	,011

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

a. Pengujian variabel bukti fisik (X_1)

1) Hipotesis

$H_0 : b_1 = 0 \rightarrow$ variabel X_1 tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen

$H_a : b_1 \neq 0 \rightarrow$ variabel X_1 berpengaruh pada kepuasan konsumen.

2) Dasar pengambilan keputusan dengan taraf signifikansi 5%

Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima

Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak, atau

Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima

Jika signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak

3) Hasil olah data

$t\text{-tabel}$ dengan $df = 94$ dan taraf signifikansi 5% = 1,980

$t\text{-hitung}$ untuk variabel fisik adalah 0,486

$t\text{-hitung} < t\text{-tabel} \rightarrow H_0$ diterima

signifikansi $0,628 > 0,05 \rightarrow H_0$ diterima

4) Kesimpulan

H_0 diterima artinya bahwa variabel fisik (X_1) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen mengenai jasa layanan yang diberikan Rumah Sakit Mitra Husada Pedan Klaten.

b. Pengujian variabel keandalan (X_2)**1) Hipotesis**

$H_0 : b_2 = 0 \rightarrow$ variabel X_2 tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen.

$H_a : b_2 \neq 0 \rightarrow$ variabel X_2 berpengaruh pada kepuasan konsumen.

2) Dasar pengambilan keputusan dengan taraf signifikansi 5%

Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima

Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak, atau

Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima

Jika signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak

3) Hasil olah data

$t\text{-tabel}$ dengan $df = 94$ dan taraf signifikansi 5% = 1,980

$t\text{-hitung}$ untuk variabel keandalan adalah 0,517

$t\text{-hitung} < t\text{-tabel} \rightarrow H_0$ diterima

signifikansi 0,606 $> 0,05 \rightarrow H_0$ diterima

4) Kesimpulan

Ho diterima artinya bahwa variabel keandalan (X_2) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen mengenai jasa layanan yang diberikan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten.

c. Pengujian variabel ketanggapan (X_3)

1) Hipotesis

Ho : $b_3 = 0 \rightarrow$ variabel X_3 tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen

Ha : $b_3 \neq 0 \rightarrow$ variabel X_3 berpengaruh pada kepuasan konsumen

2) Dasar pengambilan keputusan dengan taraf signifikansi 5%

Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka Ho diterima

Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka Ho ditolak, atau

Jika signifikansi $> 0,05$, maka Ho diterima

Jika signifikansi $\leq 0,05$, maka Ho ditolak

3) Hasil olah data

$t\text{-tabel}$ dengan $df = 94$ dan taraf signifikansi 5% = 1,980

$t\text{-hitung}$ untuk variabel ketanggapan adalah 2,187

$t\text{-hitung} > t\text{-tabel} \rightarrow H_0$ ditolak

signifikansi $0,031 \leq 0,05 \rightarrow H_0$ ditolak

4) Kesimpulan

H_0 ditolak artinya bahwa variabel ketanggapan (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen mengenai jasa layanan yang diberikan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten.

d. Pengujian variabel jaminan (X_4)

1) Hipotesis

$H_0 : b_4 = 0 \rightarrow$ variabel jaminan tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen

$H_a : b_4 \neq 0 \rightarrow$ variabel jaminan berpengaruh pada kepuasan konsumen

2) Dasar pengambilan keputusan dengan taraf signifikansi 5%

Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima

Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak, atau

Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima

Jika signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak

3) Hasil olah data

t-tabel dengan $df = 94$ dan taraf signifikansi $5\% = 1,980$

t-hitung untuk variabel ketanggapan adalah $4,091$

t-hitung $>$ t-tabel \rightarrow Ho ditolak

signifikansi $0,000 \leq 0,05 \rightarrow$ Ho ditolak

4) Kesimpulan

Ho ditolak artinya bahwa variabel jaminan (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen mengenai jasa layanan yang diberikan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten.

d. Pengujian variabel empati (X_5)

1) Hipotesis

Ho : $b_5 = 0 \rightarrow$ variabel empati tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen

Ha : $b_5 \neq 0 \rightarrow$ variabel empati berpengaruh pada kepuasan konsumen

2) Dasar pengambilan keputusan dengan taraf signifikansi 5%

Jika t-hitung $<$ t-tabel, maka Ho diterima

Jika t-hitung $>$ t-tabel, maka Ho ditolak. atau

Jika signifikansi $> 0,05$, maka Ho diterima

Jika signifikansi $\leq 0,05$, maka Ho ditolak

3) Hasil olah data

t-tabel dengan $df = 94$ dan taraf signifikansi $5\% = 1,980$

t-hitung untuk variabel empati adalah 2,591

t-hitung $>$ t-tabel \rightarrow Ho ditolak

signifikansi $0,011 \leq 0,05 \rightarrow$ Ho ditolak

4) Kesimpulan

Ho ditolak artinya bahwa variabel empati (X_5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen mengenai jasa layanan yang diberikan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten.

Berdasarkan uji parsial dari variabel-variabel diatas dapat disimpulkan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 4.16
Kesimpulan Uji Parsial

Variabel Independen	Variabel Dependen	Kesimpulan
Fisik (X_1)	Kepuasan Konsumen (Y)	Ho diterima
Keandalan (X_2)		Ho diterima
Ketanggapan (X_3)		Ho ditolak
Jaminan (X_4)		Ho ditolak
Empati (X_5)		Ho ditolak

4.5.3 Uji Regresi Berganda

Uji ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh positif dari variabel independen yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

Dari hasil pengolahan data didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 4.17
Hasil Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,833	,336		2,476	,015
	Bukti Fisik (X1)	,050	,102	,047	,486	,628
	Kehandalan (X2)	,043	,083	,041	,517	,606
	Ketanggapan (X3)	,173	,079	,190	2,187	,031
	Jaminan (X4)	,346	,085	,403	4,091	,000
	Empati (X5)	,205	,079	,251	2,591	,011

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Dari hasil olah data tersebut diperoleh konstanta dan koefisien β untuk masing-masing variabel independent sehingga didapat persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,833 + 0,050 X_1 + 0,043 X_2 + 0,173 X_3 + 0,346 X_4 + 0,205 X_5$$

Dari persamaan regresi berganda diatas dapat dartikan beberapa hal sebagai berikut :

a. Makna konstanta sebesar 0,833

Konstanta (a) menunjukkan nilai sebesar 0,833 berarti bahwa kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai positif sebesar 0,833 apabila X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 diabaikan. Artinya apabila nilai X_1 (variabel fisik), X_2 (variabel keandalan), X_3 (variabel ketanggapan), X_4 (variabel jaminan), dan X_5 (variabel empati) diabaikan maka kepuasan konsumen terhadap jasa layanan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten adalah positif sebesar 0,833.

b. Makna koefisien regresi variabel fisik (X_1)

Besarnya koefisien variabel fisik adalah 0,050. Angka ini dapat diartikan bahwa setiap ada kenaikan faktor fisik sebesar 1% maka akan mempengaruhi meningkatnya kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,050%. Variabel fisik memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan konsumen mengenai jasa layanan yang diberikan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten.

c. Makna koefisien regresi variabel keandalan (X_2)

Koefisien regresi variabel keandalan adalah sebesar 0,043. Angka ini menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan faktor keandalan sebesar 1% maka akan mempengaruhi naiknya tingkat kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,043%. Variabel keandalan memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan

konsumen mengenai jasa layanan yang diberikan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten.

d. Makna koefisien regresi variabel ketanggapan (X_3)

Variabel ketanggapan mempengaruhi secara positif terhadap kepuasan konsumen (Y), dimana setiap ada kenaikan mengenai faktor ketanggapan sebesar 1% maka akan berpengaruh pula terhadap naiknya tingkat kepuasan konsumen sebesar 0,173% dengan asumsi variabel yang lain tetap.

e. Makna koefisien regresi variabel jaminan (X_4)

Besarnya koefisien regresi variabel jaminan yaitu 0,346 Angka ini mempunyai arti bahwa jika ada peningkatan sebesar 1% pada variabel jaminan maka akan mempengaruhi naiknya tingkat kepuasan konsumen sebesar 0,346 % dengan asumsi variabel yang lain tetap. Variabel jaminan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y).

f. Makna koefisien regresi variabel empati (X_5)

Koefisien regresi variabel empati besarnya 0,205 berarti jika ada peningkatan pada variabel empati sebesar 1% akan berpengaruh pada naiknya tingkat kepuasan konsumen sebesar 0,205% dengan asumsi variabel lain tetap. Variabel empati juga berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen.

4.5.4 Uji Pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Dependen

Untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent dapat diketahui dengan melihat tingkat signifikansi masing-masing variabel. Syarat variabel dapat dikatakan signifikan jika nilai signifikansinya dibawah 0,05. Semakin mendekati 0 maka semakin signifikan.

Dari pengujian regresi dapat diketahui bahwa variabel independent yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah variabel jaminan (sig. 0,000), variabel empati (sig. 0,011) dan variabel ketanggapan (sig. 0,031) Hal ini karena di Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada memiliki ketanggapan, jaminan dan empati yang baik sehingga mendorong minat konsumen atau pasien untuk menggunakan jasa pelayanan kesehatan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada. Sedangkan variabel yang lain secara berurutan dalam mempengaruhi kepuasan pasien adalah variabel bukti fisik dengan tingkat signifikansi 0,628 dan kehandalan dengan tingkat signifikansi 0,606 . Semua variabel mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian.

4.5.5 Analisis Korelasi Berganda

Digunakan untuk mengetahui tingginya derajat pengaruh antara semua variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). Koefisien korelasi berganda untuk sampel diberi notasi R, sedangkan

koefisien determinasinya diberi notasi R^2 . Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.18
Uji korelasi Berganda

Model Summary ^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,767 ^a	,589	,567	,29779

a. Predictors: (Constant), Empati (X5), Kehandalan (X2), Ketanggapan (X3), Bukti Fisik (X1), Jaminan (X4)

b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Hasil pengolahan data diatas menunjukkan nilai koefisien korelasi berganda (R) serbesar 0,767 dan koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,589. Besarnya nilai koefisien korelasi berganda menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat antara variabel fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen mengenai jasa layanan yang diberikan Rumah Sakit Mitra Husada Pedan Klaten.

Sedangkan hasil koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,589 mempunyai arti bahwa 58,9 % kepuasan konsumen terhadap jasa layanan yang diberikan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Pedan Klaten. dipengaruhi oleh variabel fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Sedang sisanya sebesar 41,1 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

4.6 Uji Terhadap Penyimpangan Asumsi Klasik Model OLS

Sebelum dilakukan interpretasi atas hasil regresi, terlebih dahulu perlu dilakukan pengujian penyimpangan terhadap asumsi-asumsi klasik dari metode OLS, sehingga dapat diketahui apakah model yang dipakai tersebut relevan atau tidak. Pengujian yang dilakukan meliputi uji multikolinieritas, heterokedastisitas dan autokorelasi.

4.6.1 Uji Terhadap Gejala Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti, diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi (Damodar Gujarati: 1988)¹. Jadi multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Untuk mengetahui keberadaan multikolinieritas antara lain dengan langkah pengujian terhadap masing-masing variabel independent dengan mengetahui seberapa jauh korelasinya (Tolerance) yang didapat dari hasil regresi bersama variabel independent dengan variabel dependen. Jika ditemukan nilai Tolerance melebihi nilai VIF pada model penelitian, maka dari model persamaan tersebut terdapat multikolinieritas, dan sebaliknya jika VIF lebih besar dari semua Tolerance maka menunjukkan tidak terdapatnya multikolinieritas pada persamaan yang diuji. Widarjono (2005) menjelaskan bahwa multikolinieritas adalah suatu situasi adanya hubungan linier antar

¹ Damodar Gujarati: 1988 Regresi dan Penelitian Pasar hlm. 67

variabel-variabel independen dalam suatu persamaan regresi. Baik hubungan linier yang sempurna (*perfect*) maupun hubungan linier yang kurang sempurna (*imperfect*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen.

Pengujian atas batasan ini untuk persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian menghasilkan :

Tabel 4.19
Uji Multikolinieritas

Variabel Dependen	Hasil	VIF	Kesimpulan
Bukti Fisik (X_1)	0,472	< 10	tidak terjadi mutikolinieritas
Kehandalan (X_2)	0,685	< 10	tidak terjadi mutikolinieritas
Ketanggapan (X_3)	0,577	< 10	tidak terjadi mutikolinieritas
Jaminan (X_4)	0,451	< 10	tidak terjadi mutikolinieritas
Empati (X_5)	0,466	< 10	tidak terjadi mutikolinieritas

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa keseluruhan hasil nilai Tolerance < dari VIF Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa kelima variabel diatas bebas atau tidak saling berkorelasi.

4.6.2 Uji Terhadap Gejala Heterokedastisitas

Pengujian terhadap heterokedastisitas dilakukan dengan pengujian Park. Caranya dengan meregresi logaritma linier antara nilai residual kuadrat dan nilai variabel independent untuk mempeoleh nilai koefisien yang kemudian dilihat signifikansinya. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 5%

(0,05), maka tidak terdapat heterokedastisitas. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 5% (0,05), maka terdapat heterokedastisitas.

Tabel 4.20
Uji Heterokedastisitas (*Uji Park*)

Variabel Independent (X)	Sig.t	Sig.	Kesimpulan
Bukti Fisik (X_1)	0,529	> 0,05	tidak terdapat heterokedastisitas
Kehandalan (X_2)	0,302	> 0,05	tidak terdapat heterokedastisitas
Ketanggapan (X_3)	0,621	> 0,05	tidak terdapat heterokedastisitas
Jaminan (X_4)	0,835	> 0,05	tidak terdapat heterokedastisitas
Empati (X_5)	0,128	> 0,05	tidak terdapat heterokedastisitas

Berdasarkan tabel diatas, semua nilai signifikansi variabel independent lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heterokedastisitas dalam model regresi.

4.6.3 Uji Terhadap Gejala Autokorelasi

Di dalam buku Widarjono (2005) dijelaskan bahwa uji autokorelasi ini dimaksudkan untuk melihat adanya hubungan / korelasi antara data (observasi) satu dengan data yang lain dalam satu variabel. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu. Algifari (2000:89)² mengemukakan bahwa autokorelasi merupakan korelasi antara

² Algifari (2000:89) Analisis Regresi, Edisi 2, BPFE UGM, Yogyakarta, 2000

anggota sampel yang di urutkan berdasarkan waktu. pengujian autokorelasi. Pengujian ini dimaksudkan untuk melihat adanya hubungan antara data (observasi) satu dengan data yang lainnya dalam 1 variabel. Cara untuk mendeteksi adanya auto korelasi adalah dengan menggunakan Durbin-Watson (DW) statistik. Nilai uji *Durbin Watson* (DW) dengan ketentuan sebagai berikut

Tabel 4.21
Pengukuran Autokorelasi

Durbin Watson (<i>DW</i>)	Kesimpulan
Kurang dari 1.08	Ada autokorelasi
1.08 sampai dengan 1.66	Tanpa Kesimpulan
1.66 sampai dengan 2.34	Tidak ada autokorelasi
2.34 sampai dengn 2.92	Tanpa Kesimpulan
lebih dari 2.92	Ada autokorelasi

Tabel 4.23
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,767 ^a	,589	,567	,29779	1,879

a. Predictors: (Constant), Empati (X5), Kehandalan (X2), Ketanggapan (X3), Bukti Fisik (X1), Jaminan (X4)

b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara anggota sampel yang diurutkan berdasarkan waktu. Berdasarkan tabel

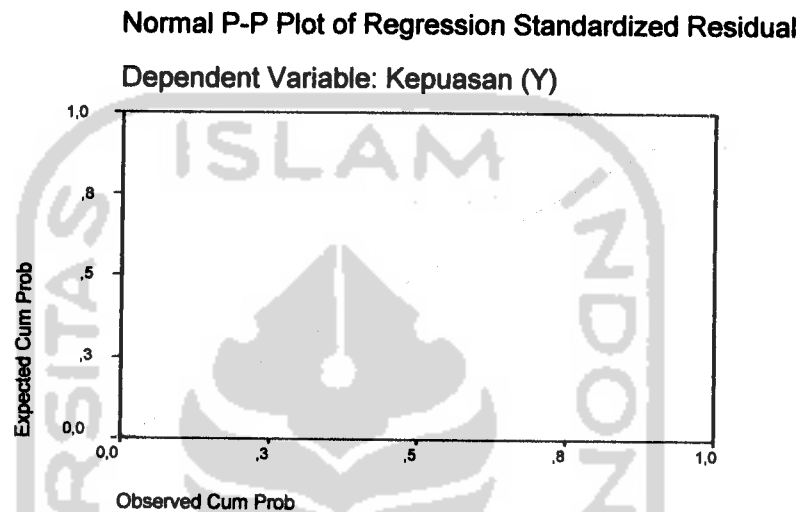
Model Summary (ada di lampiran), diperoleh DW_{hitung} sebesar 1,879. Dari tabel-10 di atas, dapat di ambil kesimpulan bahwa nilai DW hitung terletak antara interval 1,66 sampai dengan 2,34. Dengan demikian, DW jatuh pada daerah tidak ada autokorelasi atau dapat dikatakan bahwa tidak terdapat autokorelasi antara anggota sampel yang diurutkan berdasarkan waktu.

Berdasarkan asumsi-asumsi klasik dari metode OLS, sehingga dapat diketahui apakah model yang dipakai tersebut relevan atau tidak. Pengujian yang dilakukan meliputi uji multikolinieritas, heterokedastisitas dan autokorelasi. Hasil regresi OLS yang dilakukan untuk membuktikan praduga dalam penelitian ini, dapat dikatakan memenuhi semua asumsi klasik ekonometri, sehingga persamaan yang dihasilkan dapat digunakan dengan baik untuk diinterpretasikan secara ekonomi.

4.6.4 Uji Terhadap Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, antara variabel dependent (Y), variabel independent (X) atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS 12for windows didapat hasil sebagai berikut:

Grafik 4.5
Uji Normalitas



Berdasarkan hasil uji normalitas diatas menunjukan titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi yang dipakai memenuhi asumsi normalitas.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari analisis regresi berganda, terdapat pengaruh yang positif dari atribut fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen atas jasa layanan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi masing-masing atribut adalah positif, yaitu 0,050 (fisik), 0,043 (keandalan), 0,173 (ketanggapan), 0,346 (jaminan), dan 0,205 (empati).
2. Berdasarkan nilai koefisien regresi dapat dilihat bahwa nilai koefisien tertinggi terdapat pada variabel jaminan sebesar 0,346. Hal ini berarti bahwa variabel jaminan memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan uji secara serentak atau uji F, nilai F tabel = 2,30 dan F hitung = 26,937 menunjukkan bahwa F hitung lebih besar dari pada F tabel ($26,93 > 2,30$). Ini berarti bahwa secara bersama-sama atau

serentak variabel independen yaitu fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

4. Dari hasil dengan menggunakan uji parsial atau uji T didapat bahwa variabel fisik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari pengujian variabel fisik yang menghasilkan $T_{\text{tabel}} = 1,980$ dan $T_{\text{hitung}} = 0,486$ sedangkan signifikansi $0,002$. Karena $T_{\text{hitung}} < T_{\text{tabel}}$ ($0,486 < 1,980$) dan signifikansi $0,002 \leq 0,05$, maka hipotesis H_0 (variabel fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen) diterima. Hasil pada pengujian variabel keandalan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen, didapat dari hasil $T_{\text{tabel}} = 1,980$ dan $T_{\text{hitung}} = 0,517$ signifikansi $0,001$. Karena $T_{\text{hitung}} < T_{\text{tabel}}$ ($0,517 < 1,980$) dan signifikansi $0,001 \leq 0,05$, maka H_0 (variabel keandalan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen) diterima.. Dari hasil pengujian menggunakan uji parsial atau uji T didapat bahwa variabel ketanggapan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari hasil $T_{\text{tabel}} = 1,980$ dan $T_{\text{hitung}} = 2,187$ signifikansi $0,002$. Karena T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} dan signifikansi $0,002 \leq 0,05$ maka H_0 (variabel ketanggapan tidak berpengaruh terhadap kepuasan

konsumen) ditolak. Hasil pengujian menggunakan uji parsial atau uji T pada variabel jaminan diperoleh T tabel = 1,980, T hitung = 4,091 dan signifikansi 0,000. Karena T hitung lebih besar daripada T tabel dan signifikansi $0,000 \leq 0,05$ maka hipotesis Ho pada variabel jaminan juga ditolak. Sedangkan Pada uji variabel empati menggunakan uji parsial atau uji T didapat hasil T tabel = 1,980, T hitung = 2,591 dan signifikansi 0,000. Hipotesis Ho pada variabel ini juga ditolak karena T hitung lebih besar daripada T tabel dan signifikansi $0,000 \leq 0,05$.

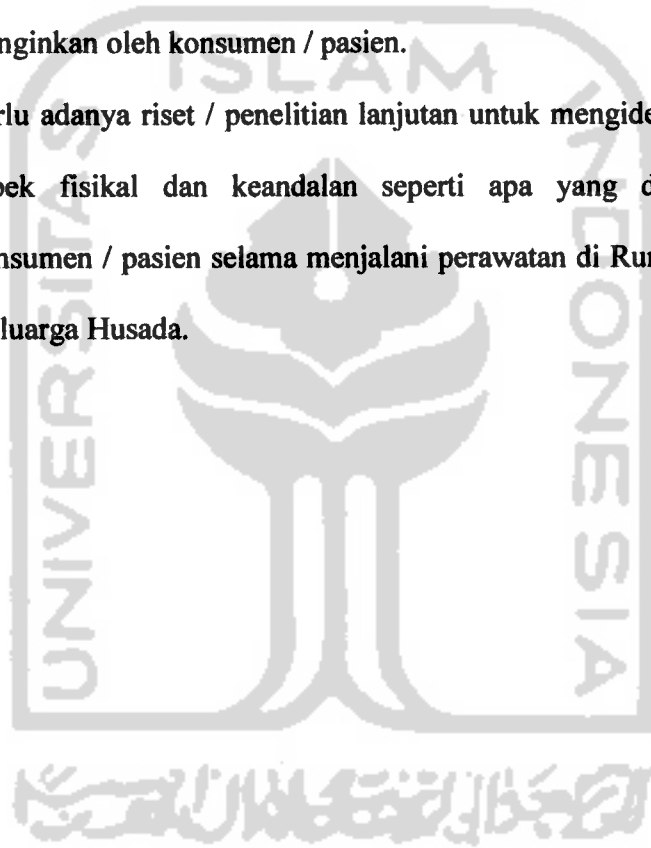
5. Besarnya nilai koefisien korelasi berganda 0,767 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat antara variabel fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen mengenai jasa layanan yang diberikan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada. Sedangkan hasil koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,589 mempunyai arti bahwa 58,9% kepuasan pasien terhadap jasa layanan yang diberikan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada dipengaruhi oleh variabel fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Sedang sisanya sebesar 41,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, maka saran yang bisa diberikan penulis adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjaga kepuasan konsumen yang telah tercipta maka pihak Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada hendaknya tetap mempertahankan kualitas jasa layanannya atau akan lebih baik lagi bila ditingkatkan, khususnya pada faktor fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati, karena dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti kelima faktor tersebut berpengaruh kuat terhadap kepuasan konsumen. Hal ini perlu dilakukan karena makin tinggi kepuasan yang diperoleh melebihi harapan pasien atau konsumen maka makin loyal pula konsumen terhadap perusahaan.
2. Hasil dari koefisien determinasi berganda menunjukkan bahwa 58,9% kepuasan konsumen atau pasien Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada dipengaruhi oleh unsur fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati, sedangkan sisanya 41,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor lain inilah yang juga perlu diperhatikan, apakah itu dari unsur estetika yang meliputi kenyamanan, keindahan, rasa maupun bau, atau unsur-unsur lainnya. Hal ini juga dapat menambah nilai kepuasan konsumen atau nasabah terhadap jasa pelayanan yang diberikan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada.

3. Perlu diadakan perbaikan dari tingkat keandalan dan sarana fisik dari pihak Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada sebagai sarana penunjang agar konsumen / pasien yang berobat mendapatkan pelayanan yang berkualitas serta mampu terpenuhinya keinginan dan kepuasan yang diinginkan oleh konsumen / pasien.
4. Perlu adanya riset / penelitian lanjutan untuk mengidentifikasi aspek-aspek fisik dan keandalan seperti apa yang diinginkan oleh konsumen / pasien selama menjalani perawatan di Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada.



DAFTAR PUSTAKA

- Skripsi “ Evaluasi Kualitas Pelayanan pada R.S RSU PKU Muhammadiyah
Kotamadya Yogyakarta oleh Mahdi Agus Riyadi (98.311.365)
- Swastha, B. dan Handoko, T. H. (2001), Manajemen Pemasaran, Perilaku
Konsumen Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE
- Mowen, J. C. (terj.) (2002). Perilaku Konsumen. Jilid 2. Edisi Kelima.
Jakarta : Erlangga
- Vincent Gaspersz (1997). , Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa. Jilid
Pertama. Jakarta ; PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ujang Sumarwan (2002)., Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya
dalam Pemasaran. Bogor Selatan; PT.Ghalia Indonesia
- Prodi Manajemen FE-UII. (2003). Pedoman Penulisan Skripsi. Cetakan
Pertama. Edisi 2003. Yogyakarta : Tim UII Press.
- Supranto, J. (1997) Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk
menaikan pangsa pasar., Jakarta : PT. RINEKA CIPTA
- Draper, N. R. (1992)., Analisis Regresi Terapan. Edisi Kedua. Jakarta :
Gramedia Pustaka Utama.
- Husain Umar (2003)., Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa. Edisi Pertama.
Jakarta : PT. Ghalia Utama.
- Nursya'bani Purnama. (2006). Manajemen Kualitas Prespektif Global ;
Yogyakarta ; EKONISIA Fakultas Ekonomi UII

Supranto, J. (2001) ,Statistik Jakarta : Erlangga

Caper. P. (1998), Definning Quality in Medical Care. Health Affair 7.

Sugiyono, (2002), Statistika Untuk Penelitian. Alfabeta, Bandung.

Algifari, Analisis Regresi, Edisi 2, BPFE UGM, Yogyakarta, 2000

Kamalina Din Jannah, Jurnal Kajian Bisnis, vol.IV, No. 1, Juli 2002.

Ralina.Sari Tantri dan Basu Swastha D, Jurnal Kajian Bisnis, No. 25,

Januari-April 2002



A. Kuisisioner Penelitian

IDENTITAS RESPONDEN

1. Umur	:Tahun
2. Jenis Kelamin	:	() Laki-Laki () Perempuan
3. Pekerjaan	:
4. Pendidikan terakhir :	()	Lulusan SD / SLTP
	()	Lulusan SLTA
	()	Lulusan Perguruan Tinggi
5. Penghasilan (Pg) :	()	Pg ≤ Rp. 500.000,-
	()	Rp. 500.000 s/d Rp. 1.000.000
	()	Rp. 1.000.000 s/d Rp.1.500.000
	()	Rp. 1.500.000 s/d Rp. 2.000.000
	()	Pg ≥ Rp. 2.000.000

Jawaban atas pertanyaan berikut dapat digunakan untuk mengetahui persepsi konsumen tentang kualitas jasa yang meliputi unsur fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Mohon kepada Bapak / Ibu / Saudara menyatakan pendapat dengan memberi tanda silang (X) pada jawaban yang tersedia.

A. UNSUR FISIK (*Tangibles*)

1. Kondisi peralatan dan perlengkapan di Rumah Sakit Mitra Husada seperti Laboratorium, Poliklinik, foto rotgen, ruang operasi, apotik dan peralatan lain dalam kondisi baik :
 - a. sangat tidak setuju
 - b. tidak setuju
 - c. netral / cukup
 - d. setuju
 - e. sangat setuju

2. Kondisi kawasan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada strategis dan gedung terpelihara dengan baik :
 - a. sangat tidak setuju
 - b. tidak setuju
 - c. netral / cukup
 - d. setuju
 - e. sangat setuju
3. Kerapian dan kebersihan penampilan petugas (karyawan) Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada :
 - a. sangat tidak setuju
 - b. tidak setuju
 - c. netral / cukup
 - d. setuju
 - e. sangat setuju
4. Kelengkapan, kesiapan dan kebersihan alat-alat yang dipakai di Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada :
 - a. sangat tidak setuju
 - b. tidak setuju
 - c. netral / cukup
 - d. setuju
 - e. sangat setuju

B. UNSUR KEANDALAN (Reliability)

5. Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada memberikan jadwal pelayanan sesuai dengan tepat (visit/kunjungan dokter, perawatan dan istirahat) :
 - a. sangat tidak setuju
 - b. tidak setuju
 - c. netral / cukup
 - d. setuju
 - e. sangat setuju
6. Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada memberikan prosedur pelayanan kepada pasien yang tidak berbelit-belit :
 - a. sangat tidak setuju
 - b. tidak setuju
 - c. netral / cukup
 - d. setuju
 - e. sangat setuju
7. Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada memberikan pelayanan secara handal dan mempunyai keakuratan diagnosis penyakit dari awal hingga akhir :
 - a. sangat tidak setuju
 - b. tidak setuju
 - c. netral / cukup
 - d. setuju
 - e. sangat setuju
8. Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada memberikan pelayanan pemeriksaan, pengobatan dan perawatan yang cepat dan tepat :
 - a. sangat tidak setuju
 - b. tidak setuju
 - c. netral / cukup
 - d. setuju
 - e. sangat setuju

9. Jarang terjadi kesalahan manusia ataupun mesin dalam pelayanan di Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada:

- a. sangat tidak setuju c. netral / cukup e.sangat setuju
b. tidak setuju d. setuju

C. UNSUR KETANGGAPAN (Responsiveness)

10. Kemampuan Dokter dan perawat Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada senantiasa memberikan layanan secara cepat terhadap keluhan pasien :

- a. sangat tidak setuju c. netral / cukup e.sangat setuju
b. tidak setuju d. setuju

11. Petugas dan perawat senantiasa bersedia membantu pasien dalam menghadapi kesulitan :

- a. sangat tidak setuju c. netral / cukup e.sangat setuju
b. tidak setuju d. setuju

12. Tindakan yang cepat pada saat pasien membutuhkan :

- a. sangat tidak setuju c. netral / cukup e.sangat setuju
b. tidak setuju d. setuju

13. Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada senantiasa memberikan informasi yang dibutuhkan pasien secara jelas dan mudah dimengerti :

- a. sangat tidak setuju c. netral / cukup e.sangat setuju
b. tidak setuju d. setuju

D. UNSUR JAMINAN (Assurance)

14. Pengetahuan dan kemampuan para dokter menetapkan diagnosis penyakit:

- a. sangat tidak setuju c. netral / cukup e.sangat setuju
b. tidak setuju d. setuju

15. Ketrampilan para dokter, perawat dan petugas lainnya dalam bekerja:

- a. sangat tidak setuju c. netral / cukup e.sangat setuju
b. tidak setuju d. setuju
16. Pelayanan yang sopan dan ramah dalam menghadapi pasien :
- a. sangat tidak setuju c. netral / cukup e.sangat setuju
b. tidak setuju d. setuju
17. Jaminan keamanan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan kepada semua pasien :
- a. sangat tidak setuju c. netral / cukup e.sangat setuju
b. tidak setuju d. setuju

E. UNSUR EMPATI (*Empathy*)

18. Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada memberikan perhatian terhadap keluhan pasien dan keluarganya :
- a. sangat tidak setuju c. netral / cukup e.sangat setuju
b. tidak setuju d. setuju
19. Petugas memberikan perhatian khusus kepada setiap pasien :
- a. sangat tidak setuju c. netral / cukup e.sangat setuju
b. tidak setuju d. setuju
20. Pelayanan kepada semua pasien tanpa memandang status sosial dan lain-lain:
- a. sangat tidak setuju c. netral / cukup e.sangat setuju
b. tidak setuju d. setuju
21. Pihak Rumah Sakit Mitra Husada senantiasa mengkedepankan kepentingan pasiennya :
- a. sangat tidak setuju c. netral / cukup e.sangat setuju
b. tidak setuju d. setuju
22. Pihak Rumah Sakit mempunyai keluwesan dalam operasionalnya yang menciptakan kenyamanan bagi pasiennya :
- a. sangat tidak setuju c. netral / cukup e.sangat setuju
b. tidak setuju d. setuju

F. KEPUASAN KONSUMEN

23. Tingkat kepuasan anda terhadap unsur fisik yang dimiliki Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada :
- a. sangat tidak setuju c. netral / cukup e.sangat setuju
b. tidak setuju d. setuju
24. Tingkat kepuasan anda terhadap unsur keandalan yang dimiliki Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada :
- a. sangat tidak setuju c. netral / cukup e.sangat setuju
b. tidak setuju d. setuju
25. Tingkat kepuasan anda terhadap unsur ketanggapan yang dimiliki Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada :
- a. sangat tidak setuju c. netral / cukup e.sangat setuju
b. tidak setuju d. setuju
26. Tingkat kepuasan anda terhadap unsur jaminan yang dimiliki Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada:
- a. sangat tidak setuju c. netral / cukup e.sangat setuju
b. tidak setuju d. setuju
27. Tingkat kepuasan anda terhadap unsur empati yang dimiliki Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada :
- a. sangat tidak setuju c. netral / cukup e.sangat setuju
b. tidak setuju d. setuju

B. Rekapitulasi Jawaban Data Fiktif

No	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	p25	p26	p27	jml
1	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	4	2	4	4	4	2	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	2	68
2	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	80
3	4	4	4	4	2	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2	4	4	76
4	4	2	2	4	2	3	4	4	4	2	4	2	2	4	2	4	4	2	2	2	2	4	2	2	4	4	2	65
5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	78
6	4	2	2	3	4	3	2	2	4	2	2	2	2	2	4	4	4	2	2	2	4	4	2	2	4	4	4	65
7	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2	2	4	76
8	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
9	4	4	4	5	2	3	1	4	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	74
10	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	4	2	4	5	4	2	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	73
11	2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	1	1	4	4	4	5	4	5	4	93
12	2	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	77
13	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	90
14	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	104
15	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
16	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	94
17	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	95
18	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	90
19	4	3	3	4	4	2	2	2	2	2	4	2	4	4	2	2	4	4	4	4	2	2	4	2	2	2	4	66
20	5	4	4	4	4	5	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	2	75
21	4	5	5	5	4	4	4	5	4	2	4	4	4	5	4	5	5	4	4	2	4	2	4	5	4	5	4	87
22	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	79
23	5	4	4	4	4	4	2	2	1	2	4	1	2	4	4	4	5	2	4	4	2	4	4	2	4	4	4	71
24	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
25	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	87
26	4	4	4	4	4	4	2	4	1	2	4	1	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	2	4	4	4	69
27	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	100
28	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	86
29	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	1	1	4	4	4	5	5	2	88
30	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	88

C. Hasil Uji Validitas

1. Validitas Variabel Bukti Fisik (X1)

Correlations		Total Bukti Fisik (X1)
X11	Pearson Correlation	,524**
	Sig. (2-tailed)	,003
	N	30
X12	Pearson Correlation	,919**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X13	Pearson Correlation	,892**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X14	Pearson Correlation	,780**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Total Bukti Fisik (X1)	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.
	N	30

** Correlation is significant at the 0.01 level

2. Validitas Variabel Kehandalan (X2)

Correlations		Total Kehandalan (X2)
X21	Pearson Correlation	,527**
	Sig. (2-tailed)	,003
	N	30
X22	Pearson Correlation	,724**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X23	Pearson Correlation	,896**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X24	Pearson Correlation	,736**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X25	Pearson Correlation	,709**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Total Kehandalan (X2)	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.
	N	30

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

3. Validitas Variabel Ketanggapan (X3)

Correlations

		Total Ketanggapan (X3)
X31	Pearson Correlation	,891**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X32	Pearson Correlation	,802**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X33	Pearson Correlation	,895**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X34	Pearson Correlation	,821**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Total Ketanggapan (X3)	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.
	N	30

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

4. Validitas Variabel Jaminan (X4)

Correlations

		Total Jaminan (X4)
X41	Pearson Correlation	,573**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	30
X42	Pearson Correlation	,744**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X43	Pearson Correlation	,814**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X44	Pearson Correlation	,650**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Total Jaminan (X4)	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.
	N	30

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

5. Validitas Variabel Empati (X5)

Correlations

		Total Empati (X5)
X51	Pearson Correlation	,626**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X52	Pearson Correlation	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X53	Pearson Correlation	,798**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
X54	Pearson Correlation	,529**
	Sig. (2-tailed)	,003
	N	30
X55	Pearson Correlation	,705**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Total Empati (X5)	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level

6. Validitas Variabel Kepuasan (Y)

Correlations

		Total Kepuasan (Y)
Y1	Pearson Correlation	,576**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	30
Y2	Pearson Correlation	,799**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Y3	Pearson Correlation	,831**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Y4	Pearson Correlation	,619**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
Y5	Pearson Correlation	,451*
	Sig. (2-tailed)	,012
	N	30
Total Kepuasan (Y)	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.
	N	30

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

D. Hasil Uji Reabilitas

Reliability Variabel Bukti Fisik (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)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
X11	12,6000	3,9034	,2156	,8993
X12	12,7333	2,4782	,8242	,5761
X13	12,6000	2,5241	,7656	,6120
X14	12,4667	3,4989	,6520	,7096

Reliability Coefficients

N of Cases = 30,0 N of Items = 4
Alpha = ,7766

Reliability Variabel Kehandalan (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)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
X21	14,5333	10,5333	,3355	,7714
X22	14,5333	9,9126	,6148	,7084
X23	15,0000	6,5517	,7810	,6021
X24	14,6333	8,8609	,5752	,6991
X25	15,3000	8,0793	,4507	,7591

Reliability Coefficients

N of Cases = 30,0 N of Items = 5
Alpha = ,7583

Reliability Variabel Ketanggapan (X3)

***** 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)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
X31	11,4333	4,2540	,7499	,7214
X32	10,7667	7,4264	,4729	,8497
X33	11,3667	4,3092	,7641	,7106
X34	10,9333	5,5816	,6876	,7537

Reliability Coefficients

N of Cases = 30,0 N of Items = 4
Alpha = ,8185

Reliability Variabel Jaminan (X4)

***** 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)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
X41	12,5333	2,4644	,3024	,6562
X42	12,6333	1,9644	,4918	,5336
X43	12,6000	1,5586	,5273	,5111
X44	12,2333	2,3920	,4409	,5853

Reliability Coefficients

N of Cases = 30,0 N of Items = 4
Alpha = ,6483

E. TABULASI DATA RESPONDEN

R	G	P1	P2	P3	P4	SUM	AV	P1	P2	P3	P4	SUM	AV	P1	P2	P3	P4	SUM	AV	P1	P2	P3	P4	SUM	AV	P1	P2	P3	P4	SUM	AV		
1	P	4	5	5	4	18	4,5	4	5	3,75	4	5	18	4,5	5	3	4	5	22	4,4	5	4	5	4	22	4,4	5	4	5	4	22	4,4	
2	P	5	5	5	5	20	5	4	4	22	4,4	5	16	4	4	5	5	5	21	4,2	5	5	4	5	23	4,6	5	4	4	5	23	4,6	
3	L	5	4	4	5	18	4,5	4	5	4	2	5	16	4	4	5	5	4	23	4,6	5	4	5	5	24	4,8	5	5	5	5	24	4,8	
4	P	4	5	5	5	19	4,75	4	5	4	2	5	16	4	4	5	5	4	23	4,6	4	5	4	5	23	4,6	4	5	4	5	23	4,6	
5	L	4	3	4	5	16	4	4	4	20	4	4	17	4,25	5	3	4	5	21	4,25	4	3	4	5	21	4,25	4	3	4	5	21	4,25	
6	P	4	4	4	5	17	4,25	3	4	5	5	22	4,4	3	4	4	4	15	3,75	5	4	4	5	22	4,4	4	4	4	5	23	4,6		
7	L	4	4	5	4	17	4,25	4	4	5	5	4	18	4,5	4	4	4	18	4,5	4	4	4	5	22	4,4	4	4	4	5	23	4,6		
8	P	4	5	4	3	16	4	5	4	5	4	4	18	4,5	4	4	4	16	4	16	4	4	4	16	4	17	4,25	5	4	4	5	22	4,4
9	P	5	4	3	4	16	4	4	4	20	4	4	18	4,5	4	5	4	18	4,5	4	5	4	5	21	4,25	4	4	4	5	24	4,8		
10	L	4	4	4	5	17	4,25	5	5	4	4	22	4,4	4	4	4	5	17	4,25	4	4	4	5	22	4,4	4	4	4	5	22	4,4		
11	L	4	4	3	4	15	3,75	5	3	5	5	3	21	4,25	5	3	4	3	17	4,25	3	2	3	10	2,5	2	2	3	3	15	3,75		
12	P	4	4	4	5	17	4,25	4	4	5	5	4	17	4,25	4	5	4	4	17	4,25	4	5	4	4	17	4,25	4	5	4	4	21	4,25	
13	L	4	4	5	5	18	4,5	5	5	5	5	22	4,4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	24	4,8	5	5	5	5	24	4,8		
14	L	4	4	4	4	16	4	4	4	3,8	4	5	18	4,5	4	5	4	5	18	4,5	5	4	5	23	4,6	5	4	4	5	23	4,6		
15	P	5	4	5	3	17	4,25	4	5	3	4	20	4	3	5	4	4	17	4,25	4	3	5	15	3,75	5	3	3	4	19	3,8			
16	L	4	3	3	4	14	3,5	4	3	5	5	4	17	4,25	4	3	3	5	15	3,75	5	3	3	4	19	3,8	3	3	4	4	19	3,8	
17	L	3	4	4	3	14	3,5	3	3	4	5	3	17	4,25	4	3	2	5	14	3,5	4	4	3	16	3,2	3	3	3	3	16	3,2		
18	L	4	5	4	5	18	4,5	4	5	4	5	16	4	4	4	3	5	16	4	16	4	5	16	4	17	4,25	4	5	4	4	19	3,8	
19	L	4	4	4	4	16	4	5	4	5	4	18	4,5	4	5	4	4	17	4,25	5	5	4	3	19	3,8	4	3	3	5	4	19	3,8	
20	L	5	4	4	4	17	4,25	5	4	5	4	16	4	4	4	5	5	19	4,75	5	4	4	5	23	4,6	4	5	5	5	4	23	4,6	
21	L	4	4	4	4	16	4	5	5	3,8	4	4	17	4,25	4	4	5	4	17	4,25	4	4	5	4	22	4,4	4	4	4	5	22	4,4	
22	L	4	4	4	4	16	4	5	5	4	5	4	18	4,5	5	5	4	4	18	4,5	5	5	5	4	23	4,6	5	4	4	5	23	4,6	
23	L	5	4	5	4	18	4,5	5	5	4,8	4	5	19	4,75	4	5	4	4	17	4,25	4	5	4	4	23	4,6	4	4	4	5	23	4,6	
24	P	4	5	4	4	17	4,25	4	5	3,8	4	5	18	4,5	4	5	4	4	18	4,5	4	4	5	4	22	4,4	4	4	4	5	22	4,4	
25	P	5	4	4	5	18	4,5	5	4	4,2	4	4	17	4,25	4	4	5	5	23	4,6	4	4	5	5	23	4,6	4	4	4	5	23	4,6	
26	P	4	5	4	4	17	4,25	4	5	4	4	20	4	4	4	4	5	17	4,25	4	5	4	5	23	4,6	4	5	4	5	23	4,6		
27	P	5	5	4	4	18	4,5	5	5	4,6	4	5	18	4,5	5	4	4	18	4,5	5	4	5	4	24	4,8	4	4	4	5	24	4,8		
28	L	4	5	5	4	18	4,5	5	5	4,2	4	5	18	4,5	5	4	4	18	4,5	5	4	4	5	23	4,6	5	4	4	5	23	4,6		

29	P	5	4	4	4	17	4.25	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	23	4.6	4	5	4	5	5	23	4.6		
30	P	5	4	4	5	18	4.5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	22	4.4	4	4	5	4	5	22	4.4		
31	P	4	4	4	5	17	4.25	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	23	4.6	5	5	4	5	4	23	4.6		
32	L	4	4	5	5	18	4.5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	23	4.6	5	4	5	4	5	23	4.6		
33	P	5	4	5	5	19	4.75	5	5	4	2	21	4.2	4	5	4	4	17	4.25	5	4	22	4.4	5	5	4	5	5	24	4.8		
34	L	5	4	5	5	19	4.75	4	4	5	4	2	19	3.8	4	4	5	4	19	4.75	4	23	4.6	5	4	5	4	5	23	4.6		
35	L	5	4	5	5	19	4.75	4	4	4	4	1	17	3.4	5	5	5	4	19	4.75	5	4	23	4.6	5	5	5	25	5	5	5	
36	L	4	5	5	5	19	4.75	5	4	4	4	2	19	3.8	5	4	5	4	19	4.75	5	5	24	4.8	5	4	4	5	22	4.4	4	
37	L	4	4	4	4	16	4	5	5	4	2	21	4.2	4	5	4	4	17	4.25	5	5	22	4.4	5	4	4	5	4	22	4.4	4	
38	L	3	2	5	3	13	3.25	4	2	5	4	3	18	3.6	3	5	2	4	14	3.5	1	5	16	3.2	3	3	5	5	2	18	3.6	3
39	P	3	3	5	2	13	3.25	4	4	1	5	5	19	3.8	4	1	2	1	8	2	3	3	14	2.8	5	5	1	3	1	15	3	3
40	L	1	3	5	5	14	3.5	1	3	2	3	2	11	2.2	5	3	1	2	11	2.75	3	1	12	2.4	5	5	3	1	3	17	3.4	3.4
41	P	2	3	5	3	13	3.25	5	5	3	5	2	20	4	5	3	2	3	13	3.25	3	5	16	3.2	3	1	3	5	5	17	3.4	3.4
42	L	4	3	4	2	13	3.25	4	3	4	3	2	16	3.2	4	4	4	4	16	4	3	2	11	2.2	3	3	3	3	3	15	3	3
43	L	4	2	4	4	14	3.5	3	3	2	3	3	14	2.8	5	3	3	5	16	4	4	2	4	21	4.2	4	4	4	4	19	3.8	3.8
44	L	4	2	5	4	15	3.75	3	3	3	5	3	17	3.4	4	4	4	5	17	4.25	4	2	2	19	3.8	2	4	4	3	16	3.2	3.2
45	P	4	3	5	4	16	4	4	4	3	3	2	15	3	4	4	4	5	17	4.25	4	2	3	18	3.6	3	4	4	3	18	3.6	3.6
46	P	3	2	3	4	12	3	2	5	5	2	3	17	3.4	4	2	1	4	11	2.75	3	3	14	2.8	4	4	3	3	3	17	3.4	3.4
47	P	3	4	4	3	14	3.5	4	2	3	2	3	14	2.8	2	3	2	3	10	2.5	3	4	17	3.4	3	2	2	2	4	13	2.6	2.6
48	P	2	3	2	4	11	2.75	3	4	3	2	2	14	2.8	4	4	2	3	13	3.25	3	4	12	2.4	3	3	4	2	3	15	3	3
49	P	4	4	5	4	17	4.25	4	4	5	4	3	20	4	4	4	3	4	15	3.75	4	2	4	18	3.6	2	4	3	4	16	3.2	3.2
50	P	2	4	4	4	14	3.5	2	4	4	3	4	17	3.4	3	2	2	3	10	2.5	4	4	22	4.4	4	4	4	5	3	20	4	4
51	P	4	5	5	4	18	4.5	4	5	3	4	3	19	3.8	5	4	3	4	16	4	4	4	22	4.4	5	4	5	4	4	22	4.4	4.4
52	P	5	4	4	5	18	4.5	4	4	5	4	2	19	3.8	3	4	5	4	16	4	4	4	21	4.2	3	4	5	4	4	20	4	4
53	L	4	5	4	4	17	4.25	3	4	5	4	2	18	3.6	4	4	4	4	16	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	20	4	4
54	L	5	4	4	4	17	4.25	4	5	5	4	4	22	4.4	4	5	4	5	18	4.5	4	5	20	4	4	4	4	4	4	19	3.8	3.8
55	L	4	5	5	4	18	4.5	4	4	5	4	4	21	4.2	5	4	5	4	18	4.5	4	3	17	3.4	3	4	4	3	4	18	3.6	3.6
56	P	3	4	5	4	16	4	4	5	4	3	2	18	3.6	3	4	5	4	16	4	4	3	18	3.6	5	4	4	3	4	20	4	4
57	L	4	4	4	4	16	4	4	4	5	5	4	3	21	4.2	4	4	4	16	4	4	4	19	3.8	4	5	4	4	4	21	4.2	4.2

58	P	4	5	4	5	18	4.5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	21	4.2	5	4	5	4	3	21	4.2	
59	L	4	5	5	4	18	4.5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	21	4.2	4	3	3	4	17	3.4		
60	L	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	22	4.4	4	4	4	4	20	4		
61	L	4	3	3	3	13	3.25	4	5	5	4	3	21	4.2	4	3	4	3	4	3	4	4	21	4.2	4	4	3	4	19	3.8		
62	L	5	4	3	4	16	4	5	4	3	4	2	18	3.6	3	4	4	4	4	4	4	4	23	4.6	4	3	4	4	5	20	4	
63	L	4	5	4	5	18	4.5	3	4	5	3	2	17	3.4	4	5	4	5	17	4.25	4	4	4	5	21	4.2	4	4	5	3	20	4
64	P	3	4	5	4	16	4	3	4	5	4	2	18	3.6	4	5	4	4	3	5	3	5	22	4.4	4	4	4	4	4	20	4	
65	P	4	4	5	4	17	4.25	4	5	4	5	3	21	4.2	4	5	4	5	4	4	4	4	21	4.2	4	4	5	2	4	19	3.8	
66	L	4	4	5	4	17	4.25	4	5	5	4	2	20	4	3	5	4	4	4	4	4	4	17	3.4	4	5	5	4	4	22	4.4	
67	L	3	4	5	4	16	4	4	5	5	4	3	21	4.2	4	5	4	4	4	4	4	4	21	4.2	4	4	5	4	3	20	4	
68	L	4	3	3	4	14	3.5	4	3	4	4	5	20	4	4	5	4	4	4	4	4	4	19	3.8	5	4	5	4	4	22	4.4	
69	L	4	4	5	4	17	4.25	4	5	3	4	2	18	3.6	5	4	1	5	15	3.75	4	4	5	20	4	5	4	4	4	21	4.2	
70	L	5	4	4	4	17	4.25	3	4	3	5	2	17	3.4	5	4	1	4	14	3.5	4	4	4	19	3.8	4	5	4	4	22	4.4	
71	P	4	5	4	5	18	4.5	4	5	3	4	1	17	3.4	5	4	2	5	16	4	4	3	4	20	4	5	4	3	4	20	4	
72	L	4	4	4	4	16	4	5	5	4	3	22	4.4	4	4	4	3	4	15	3.75	4	3	4	4	20	4	5	4	4	19	3.8	
73	L	4	5	4	4	17	4.25	4	5	5	4	2	20	4	3	4	4	4	14	3.5	4	4	4	19	3.8	4	4	4	4	22	4.4	
74	L	4	5	4	5	18	4.5	4	5	4	4	3	20	4	4	4	4	4	16	4	5	4	4	19	3.8	4	4	4	4	20	4	
75	P	4	4	4	5	17	4.25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3.2	5	4	4	5	22	4.4	
76	P	5	3	4	4	16	4	5	5	4	5	1	20	4	4	4	4	4	15	3.75	4	4	4	17	3.4	5	3	4	4	21	4.2	
77	P	5	4	4	4	17	4.25	5	5	4	4	2	20	4	4	4	4	4	14	3.5	4	4	4	16	3.2	5	4	4	4	20	4	
78	P	4	3	3	4	14	3.5	4	4	4	4	3	19	3.6	4	4	4	4	15	3.75	4	4	4	18	3.6	5	4	4	4	21	4.2	
79	P	4	4	3	4	15	3.75	4	4	4	4	4	20	4	4	4	2	4	14	3.5	4	4	5	17	3.4	5	5	4	5	24	4.8	
80	L	4	4	3	5	16	4	3	4	5	4	2	18	3.6	4	4	2	4	14	3.5	5	4	3	4	20	4	4	4	4	20	4	
81	P	5	4	4	4	17	4.25	4	4	5	3	2	18	3.6	4	4	3	4	15	3.75	5	4	4	19	3.8	4	5	4	4	21	4.2	
82	L	5	4	4	5	18	4.5	4	4	4	4	2	18	3.6	4	4	4	5	17	4.25	3	4	4	18	3.6	4	4	4	5	4	21	4.2
83	L	3	4	4	4	15	3.75	3	5	3	2	18	3.6	4	5	3	4	4	16	4	4	4	3	19	3.8	5	4	4	5	22	4.4	
84	L	4	4	2	5	15	3.75	5	4	4	4	3	20	4	5	4	2	4	15	3.75	3	4	4	3	20	4	5	4	4	20	4	
85	P	4	4	4	4	16	4	3	4	5	3	3	18	3.6	5	4	2	4	15	3.75	4	4	4	16	4	5	4	4	4	20	4	
86	L	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	4	3	20	4	4	4	4	17	4.25	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	

87	P	4	4	4	5	4	17	4,25	4	4	4	4	2	18	3,6	4	5	4	4	17	4,25	3	5	4	5	4	4	19	3,8	4	4	4	5	5	22	4,4			
88	P	4	4	4	5	5	18	4,5	4	4	5	4	3	20	4	4	5	4	4	17	4,25	5	3	4	5	4	2	18	3,6	5	3	4	4	4	20	4			
89	P	5	4	4	4	4	17	4,25	4	5	4	5	2	20	4	4	4	4	16	4	17	4,25	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	4	21	4,2				
90	L	4	4	4	5	4	17	4,25	5	4	4	4	1	18	3,6	4	4	5	4	17	4,25	4	4	5	4	4	21	4,2	4	4	4	4	5	21	4,2				
91	P	4	5	4	5	4	18	4,5	3	4	5	3	2	17	3,4	4	4	5	4	17	4,25	4	4	4	4	19	3,8	4	5	4	4	4	21	4,2					
92	L	4	5	4	4	4	17	4,25	5	4	5	4	4	22	4,4	3	5	4	5	17	4,25	4	5	4	4	16	4	19	3,8	4	5	4	4	21	4,2				
93	P	5	4	4	4	4	17	4,25	4	4	4	4	2	18	3,6	4	4	5	3	16	4	4	4	4	4	17	4,25	4	4	4	3	1	16	3,2	4	4	4	19	3,8
94	L	4	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	2	19	3,8	4	3	4	5	16	4	4	4	4	4	4	19	3,8	5	4	4	5	4	22	4,4				
95	L	4	4	3	4	4	15	3,75	4	4	4	4	2	18	3,6	3	5	4	4	16	4	5	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	20	4				
96	P	4	4	5	4	4	17	4,25	5	4	5	4	4	22	4,4	2	4	4	4	14	3,5	4	5	4	4	20	4	4	5	4	4	4	21	4,2					
97	P	4	5	4	5	4	18	4,5	4	5	4	5	4	22	4,4	5	4	4	3	16	4	4	4	4	4	19	3,8	4	4	3	4	4	4	19	3,8				
98	P	5	4	5	5	4	19	4,75	4	4	5	4	3	20	4	5	4	4	4	17	4,25	4	5	5	5	18	3,6	4	4	4	4	4	4	20	4				
99	P	5	4	4	4	4	17	4,25	4	5	4	4	3	20	4	4	4	5	3	16	4	4	4	4	4	21	4,2	4	4	4	4	4	4	21	4,2				
100	L	4	4	5	3	4	16	4	4	4	5	3	3	19	3,8	4	4	5	5	18	4,5	4	4	4	4	21	4,2	4	4	4	5	4	4	21	4,2				



F. Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada

Frequencies Responden

Statistics

	Bukti Fisik (X1)	Kehandalan (X2)	Ketanggapan (X3)	Jaminan (X4)	Empati (X5)	Kepuasan (Y)
N Valid	100	100	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0	0	0

Tabel Frequency

Bukti Fisik (X1)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	7	7,0	7,0	7,0
S	36	36,0	36,0	43,0
SS	57	57,0	57,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Kehandalan (X2)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,0	1,0	1,0
N	6	6,0	6,0	7,0
S	61	61,0	61,0	68,0
SS	32	32,0	32,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Ketanggapan (X3)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3,0	3,0	3,0
N	4	4,0	4,0	7,0
S	46	46,0	46,0	53,0
SS	47	47,0	47,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Jamlnan (X4)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3,0	3,0	3,0
	N	4	4,0	4,0	7,0
	S	39	39,0	39,0	46,0
	SS	54	54,0	54,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Empati (X5)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3,0	3,0	3,0
	N	9	9,0	9,0	12,0
	S	39	39,0	39,0	51,0
	SS	49	49,0	49,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Kepuasan (Y)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	6,0	6,0	6,0
	S	37	37,0	37,0	43,0
	SS	57	57,0	57,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

G. Hasil Uji Regresi Berganda, Uji F, Uji -t dan Uji Korelasi Berganda

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan (Y)	4,1400	,45260	100
Bukti Fisik (X1)	4,1200	,42563	100
Kehandalan (X2)	3,8880	,43328	100
Ketanggapan (X3)	4,0250	,49683	100
Jaminan (X4)	4,1025	,52716	100
Empati (X5)	3,9820	,55421	100

Correlations

	Kepuasan (Y)	Bukti Fisik (X1)	Kehandalan (X2)	Ketanggapan (X3)	Jaminan (X4)	Empati (X5)
Pearson Correlation						
Kepuasan (Y)	1,000	,565	,452	,521	,691	,663
Bukti Fisik (X1)	,565	1,000	,452	,595	,597	,579
Kehandalan (X2)	,452	,452	1,000	,386	,513	,434
Ketanggapan (X3)	,521	,595	,386	1,000	,383	,528
Jaminan (X4)	,691	,597	,513	,383	1,000	,660
Empati (X5)	,663	,579	,434	,528	,660	1,000
Sig. (1-tailed)						
Kepuasan (Y)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Bukti Fisik (X1)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Kehandalan (X2)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Ketanggapan (X3)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Jaminan (X4)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Empati (X5)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N						
Kepuasan (Y)	100	100	100	100	100	100
Bukti Fisik (X1)	100	100	100	100	100	100
Kehandalan (X2)	100	100	100	100	100	100
Ketanggapan (X3)	100	100	100	100	100	100
Jaminan (X4)	100	100	100	100	100	100
Empati (X5)	100	100	100	100	100	100

Variables Entered/Removed ^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Empati (X5), Kehandalan (X2), Ketanggapan (X3), Bukti Fisik (X1), Jaminan (X4)		Enter

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

a. Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,833	,336		2,476	,015
	Bukti Fisik (X1)	,050	,102	,047	,486	,628
	Kehandalan (X2)	,043	,083	,041	,517	,606
	Ketanggapan (X3)	,173	,079	,190	2,187	,031
	Jaminan (X4)	,346	,085	,403	4,091	,000
	Empati (X5)	,205	,079	,251	2,591	,011

- a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

b. Uji Secara Serentak atau Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,944	5	2,389	26,937	,000 ^a
	Residual	8,336	94	,089		
	Total	20,280	99			

- a. Predictors: (Constant), Empati (X5), Kehandalan (X2), Ketanggapan (X3), Bukti Fisik (X1), Jaminan (X4)
b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

c. Uji Parsial atau Uji - t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,833	,336		2,476	,015
	Bukti Fisik (X1)	,050	,102	,047	,486	,628
	Kehandalan (X2)	,043	,083	,041	,517	,606
	Ketanggapan (X3)	,173	,079	,190	2,187	,031
	Jaminan (X4)	,346	,085	,403	4,091	,000
	Empati (X5)	,205	,079	,251	2,591	,011

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

d. Uji korelasi Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,767 ^a	,589	,567	,29779

a. Predictors: (Constant), Empati (X5), Kehandalan (X2), Ketanggapan (X3), Bukti Fisik (X1), Jaminan (X4)

b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Tabel distribusi F untuk alpha 5%

v2/v1	1	2	3	4	5	v2/v1	1	2	3	4	5
1	161,448	199,500	215,707	224,583	230,162	61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	77	3,966	3,115	2,723	2,490	2,333
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	84	3,955	3,106	2,713	2,480	2,323
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	92	3,945	3,096	2,704	2,471	2,313
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	101	3,935	3,086	2,695	2,462	2,304
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	102	3,934	3,085	2,694	2,461	2,303
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	103	3,933	3,085	2,693	2,460	2,303
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	104	3,932	3,084	2,692	2,459	2,302
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	105	3,932	3,083	2,691	2,458	2,301
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	106	3,931	3,082	2,690	2,457	2,300
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	107	3,930	3,081	2,689	2,457	2,299
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	108	3,929	3,080	2,689	2,456	2,298
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	109	3,928	3,080	2,688	2,455	2,298
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	110	3,927	3,079	2,687	2,454	2,297
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	111	3,927	3,078	2,686	2,453	2,296
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	112	3,926	3,077	2,686	2,453	2,295
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	113	3,925	3,077	2,685	2,452	2,295
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	114	3,924	3,076	2,684	2,451	2,294
55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	115	3,924	3,075	2,683	2,451	2,293
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	116	3,923	3,074	2,683	2,450	2,293
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	117	3,922	3,074	2,682	2,449	2,292
58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	118	3,921	3,073	2,681	2,449	2,291
59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	119	3,921	3,072	2,681	2,448	2,290
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	120	3,920	3,072	2,680	2,447	2,290

Numerator (v2) = jumlah variabel - 1 = k-1 atau
= k ==> |lh var bebas (untuk regresi)

Denominator (v1) = jumlah sampel - jumlah variabel = n-k atau
= n-k-1 ==> n = |lh sampel ; k = |lh var bebas (untuk regresi)

Tabel Distribusi t

df = jumlah sampel - 1 = n - 1

df	5%	2.5%	df	5%	2.5%	df	5%	2.5%
1	6,314	12,706	51	1,675	2,008	101	1,660	1,984
2	2,920	4,303	52	1,675	2,007	102	1,660	1,983
3	2,353	3,182	53	1,674	2,006	103	1,660	1,983
4	2,132	2,776	54	1,674	2,005	104	1,660	1,983
5	2,015	2,571	55	1,673	2,004	105	1,659	1,983
6	1,943	2,447	56	1,673	2,003	106	1,659	1,983
7	1,895	2,365	57	1,672	2,002	107	1,659	1,982
8	1,860	2,306	58	1,672	2,002	108	1,659	1,982
9	1,833	2,262	59	1,671	2,001	109	1,659	1,982
10	1,812	2,228	60	1,671	2,000	110	1,659	1,982
11	1,796	2,201	61	1,670	2,000	111	1,659	1,982
12	1,782	2,179	62	1,670	1,999	112	1,659	1,981
13	1,771	2,160	63	1,669	1,998	113	1,658	1,981
14	1,761	2,145	64	1,669	1,998	114	1,658	1,981
15	1,753	2,131	65	1,669	1,997	115	1,658	1,981
16	1,746	2,120	66	1,668	1,997	116	1,658	1,981
17	1,740	2,110	67	1,668	1,996	117	1,658	1,980
18	1,734	2,101	68	1,668	1,995	118	1,658	1,980
19	1,729	2,093	69	1,667	1,995	119	1,658	1,980
20	1,725	2,086	70	1,667	1,994	120	1,658	1,980
21	1,721	2,080	71	1,667	1,994	121	1,658	1,980
22	1,717	2,074	72	1,666	1,993	122	1,657	1,980
23	1,714	2,069	73	1,666	1,993	123	1,657	1,979
24	1,711	2,064	74	1,666	1,993	124	1,657	1,979
25	1,708	2,060	75	1,665	1,992	125	1,657	1,979
26	1,706	2,056	76	1,665	1,992	126	1,657	1,979
27	1,703	2,052	77	1,665	1,991	127	1,657	1,979
28	1,701	2,048	78	1,665	1,991	128	1,657	1,979
29	1,699	2,045	79	1,664	1,990	129	1,657	1,979
30	1,697	2,042	80	1,664	1,990	130	1,657	1,978
31	1,696	2,040	81	1,664	1,990	131	1,657	1,978
32	1,694	2,037	82	1,664	1,989	132	1,656	1,978
33	1,692	2,035	83	1,663	1,989	133	1,656	1,978
34	1,691	2,032	84	1,663	1,989	134	1,656	1,978
35	1,690	2,030	85	1,663	1,988	135	1,656	1,978
36	1,688	2,028	86	1,663	1,988	136	1,656	1,978
37	1,687	2,026	87	1,663	1,988	137	1,656	1,977
38	1,686	2,024	88	1,662	1,987	138	1,656	1,977
39	1,685	2,023	89	1,662	1,987	139	1,656	1,977
40	1,684	2,021	90	1,662	1,987	140	1,656	1,977
41	1,683	2,020	91	1,662	1,986	141	1,656	1,977
42	1,682	2,018	92	1,662	1,986	142	1,656	1,977
43	1,681	2,017	93	1,661	1,986	143	1,656	1,977
44	1,680	2,015	94	1,661	1,986	144	1,656	1,977
45	1,679	2,014	95	1,661	1,985	145	1,655	1,976
46	1,679	2,013	96	1,661	1,985	146	1,655	1,976
47	1,678	2,012	97	1,661	1,985	147	1,655	1,976
48	1,677	2,011	98	1,661	1,984	148	1,655	1,976
49	1,677	2,010	99	1,660	1,984	149	1,655	1,976
50	1,676	2,009	100	1,660	1,984	150	1,655	1,976



RUMAH SAKIT MITRA KELUARGA HUSADA

Jl. Pedan - Juwiring No. 1, Kedungan, Pedan, Klaten 57468
Telp. (0272) 897404

SURAT KETERANGAN

Pimpinan Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada Kedungan, Pedan, Klaten dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Dwi Yanto
Tempat/tgl.Lahir : Klaten, 24 Januari 1982
Alamat : Wonolelo RT VII/ RW IV Karangwungu, Karangdowo,
Klaten 57464
Nomor MHS : 00 311 351
Jurusan : Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas : Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Telah selesai melaksanakan penelitian di Rumah Sakit Mitra Keluarga Husada dengan judul :

"Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen"

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk keperluan lampiran dan dipergunakan sebagaimana mestinya.



Pedan, 14 Mei 2006

Direktur

Dr. H. Suharjanto M.Kes