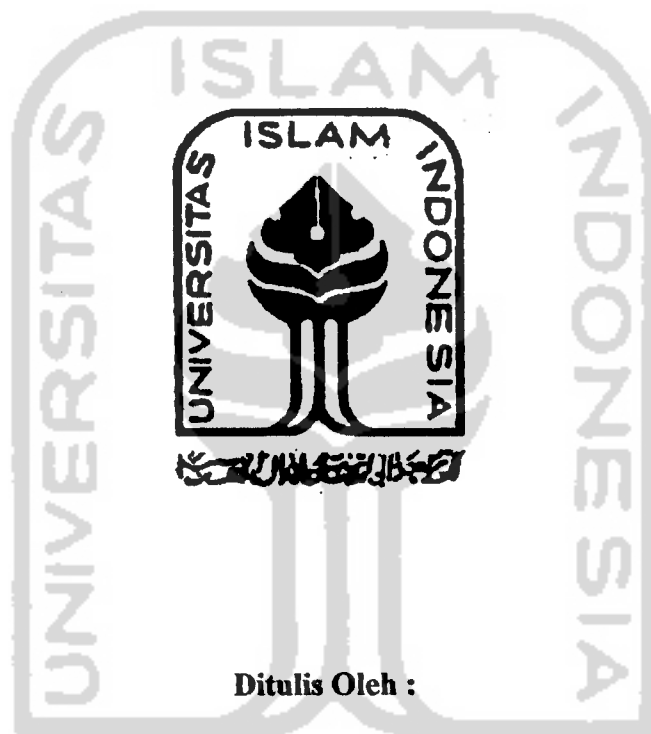


**“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN RUMAH SAKIT ISLAM
IBNU SINA, PASAMAN BARAT, SUMATERA BARAT “**

SKRIPSI



Ditulis Oleh :

Nama : Yelita Murni

No Mahasiswa : 03311399

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA**

2007

**“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN RUMAH SAKIT ISLAM
IBNU SINA, PASAMAN BARAT, SUMATERA BARAT ”**

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 : Yelita Murni
No Mahasiswa : 03311399
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA**

2007

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, Mei 2007

Penulis,

CINAM HIRU
6000
Tgl.
METU AK TEMPEL
Yelita Murni



MOTTO

(Yelita)

“ Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang berilmu pengetahuan beberapa derajat ”.

“ Tiada kekayaan yang lebih utama daripada akal, tiada kepapan yang menyedihkan daripada kebodohan, tiada warisan lebih baik daripada pendidikan dan tiada pembantu yang lebih baik daripada musyawarah ”

“ Cinta merupakan perasaan naluri yang tak bisa terlepas dari kehidupan manusia, dia tumbuh dalam hati tanpa berpaling dari kenyataan, sebab tuhanlah yang melimpahkan karunia cinta atas dasar kemurnian jiwa. Maka jika tuhan melimpahkan karunia itu kepadamu, jagalah karunia itu dengan sepenuh hati “.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

☀ *Allah SWT.*

Atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang diberikan sehingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini.

☀ *Orang yang sangat kuhormati, kucintai, dan kusayangi yang telah membesarkan dan selalu memberikan kasih sayang, serta dukungan dan semangat dalam hidupku: PapaQu (H. Abdul Muthalib), MamaQu (Hj. Darmiati), UniQu Dina fia yulita, SE, adexQu Siti fatimah, dan adek bontotku Abdul raman.*

☀ *My Boy Friend " Ardiansyah purba " yang selalu mensupport aku dalam menyelesaikan skripsi ini.*

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul Analisis Kepuasan Konsumen Rumah Sakit Islam Ibnu Sina, pasaman Barat, Sumatera Barat. Penelitian ini di lakukan di RSI Ibnu Sina, Pasaman Barat, Sumatera Barat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen setelah menerima jasa pelayanan RSI Ibnu Sina, dan untuk mengetahui perbedaan tingkat kepuasan pengguna jasa RSI Ibnu Sina Pasaman Barat, Sumatera Barat, berdasarkan karakteristik konsumen.

Penelitian ini dilakukan dengan analisis statistik dan analisis deskriptif. Hal ini bertujuan agar penelitian yang dihasilkan membuahkan hasil yang lebih akurat, sehingga dapat dicari solusi yang tepat. Analisis statistik dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner. Selanjutnya kuesioner ini diolah menggunakan bantuan komputer dengan program SPSS 11,5. sedangkan populasi yang diteliti adalah pasien yang melakukan rawat inap minimal dua hari dengan jenis kelas VIP di RSI Ibnu Sina Pasaman Barat, Sumatera Barat. Yang mana sampel atau responden yang digunakan sebanyak 96 pasien. Yang terdiri dari PNS/ TNI/ POLRI, Pegawai swasta/ wiraswasta/ petani/ Pelajar/ mahasiswa, dan Pensiunan/ ibu rumsh tangga.

Melalui analisis yang dilakukan, secara keseluruhan pada semua atribut yang ada di RSI Ibnu Sina Pasaman Barat, Sumatera Barat, terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan. Ini dapat terlihat pada tabel 4.8 yang menunjukkan bahwa kelompok yang paling merasa tidak puas adalah pasien yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/ mahasiswa. Terlihat pada atribut memperhatikan menu makanan. Artinya pada atribut ini, pasien yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/ mahasiswa merasa tidak puas dengan hasil kinerja yang diberikan oleh pihak RSI Ibnu Sina Pasaman Barat, Sumatera Barat. Sedangkan kepuasan tertinggi terdapat pada atribut pelayanan dokter. Artinya, konsumen merasa puas, atau kinerja diatas harapan pasien dalam menangani pasien di RSI Ibnu Sina Pasaman Barat, Sumatera Barat.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul " ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN RUMAH SAKIT ISLAMIBNU SINA, PASAMAN BARAT, SUMATERA BARAT ". Shalawat beriring salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, serta umatnya yang Insyah Allah setia sampai akhir jaman.

Karya tulis ini dilaksanakan dalam rangka memenuhi tugas akhir untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Karya tulis ini diharapkan dapat memberi kemanfaatan bagi masyarakat pada umumnya dan kalangan akademisi ekonomi pada khususnya.

Mengingat besarnya bantuan yang telah diberikan oleh semua pihak, baik bantuan berupa moril maupun materiil, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Asma'I Ishak, M.Bus., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. Albari M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Seluruh pimpinan dan staff RSI Ibnu Sina, terutama kepada uni Weny yang telah mengizinkan yeli mengadakan penelitian pada RSI Ibnu Sina PasamanBarat, Sumatera Barat yang telah memberikan keleluasaan. Serta

telah meluangkan waktu untuk membantu pengumpulan data. Sehingga skripsi ini bisa berjalan lancar.

4. Papa dan Mama Qu, yang telah sabar dan banyak membantu aku dalam kelangsungan pembuatan skripsi ini. Dan selalu mensupport aku agar selalu semangat.
5. uniQu, Dina fia yulita, SE makasih atas semuanya
6. Adik-adikku yang lucu, yang selalu membuatku kangen dengan senyumannya☺
7. Kakek dan nenek, Om, Tante, terimakasih atas doanya.
8. My boy Friend, Ardiansyah Purba. Makasih udah sabar, sayang, N setia maAku. Kamu selalu ada buat aku, dan selalu memberiku semangat. Makasih y yank☺
9. Sahabatku, Feby Senja yang udah banyak bantu dan selalu setia menemaniku.
10. Temen2ku, Ardha Cs, Vie2 thanks atas pertemananny selama ini, walopun sekarang kita dah gak kek dulu lagi.
11. Bang ucok, Lukas, N semua anak – anak kost Nakulo. Yang udah baik banget

Penulis berharap karya tulis ini dapat bermanfaat dan memacu lahirnya karya – karya lain yang lebih baik.

Yogyakarta, Mei 2007

Penulis

Yelita Murni

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan Skripsi	i
Halaman judu Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	v
Halaman Motto	vi
Halaman Persembahan	vii
Halaman Abstraksi	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Pengertian Pemasaran	8
2.3 Konsep Pemasaran	10
2.4 Pemasaran Jasa	11

2.5	Dimensi Pokok Jasa	14
2.6	Service Quality	15
2.7	Gap Kualitas Jasa	23
2.8	Kepuasan Konsumen	26
2.9	Pengertian Harapan Pelanggan dan Kinerja	30
2.10	Karakteristik Konsumen	32
2.11	Ruang Lingkup Rumah Sakit	33
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Lokasi Penelitian	37
3.2	Devenisi Operasional Fariabel	38
3.3	Metode Pengumpulan Data	45
3.3.1	Interview	45
3.3.2	Kuesioner	46
3.3.3	Uji Validitas	46
3.3.4	Uji Reliabilitas	46
3.4	Populasi dan Sampel	52
3.5	Metode dan Analisis Data	54
3.6	Hipotesis	57
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		
4.1	Uji Instrumen	56
4.1.1	Uji Validitas	56
4.1.2	Uji Reliabilitas	60
4.2	Analisis Deskriptif	61

4.2.1	Karakteristik Responden	61
4.3	Analisis Kuantitatif	71
4.3.1	Analisis Gap dan Uji Bertanda Wilcoxon	71
4.3.2	AnalisisKruskal Wallis	72
4.3.3	Pembahasan dan Implikasi	80
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	85
5.2	Saran	88
 DAFTAR PUSTAKA		
 LAMPIRAN		



BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha untuk meningkatkan dan mengembangkan usahanya. Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh konsumen mengenai kepuasan yang dirasakan. Dalam era globalisasi ini, perusahaan selalu menyadari akan pentingnya faktor konsumen. Membangun kepuasan konsumen merupakan inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang.

Konsumen biasanya sangat peka terhadap kualitas jasa yang di berikan oleh perusahaan, baik buruknya kualitas jasa yang terdapat pada atribut perusahaan akan sangat berpengaruh pada pencapaian kepuasan konsumen. Jika kepuasan konsumen terpenuhi, maka akan membawa manfaat bagi perusahaan. Tetapi sebaliknya, konsumen yang tidak terpuaskan dapat merugikan perusahaan karena akan ditinggalkan oleh konsumennya.

Melihat pentingnya kualitas jasa pelayanan dalam menunjang tercapainya tujuan perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan, maka pihak perusahaan biasanya melakukan pengukuran dan evaluasi terhadap kualitas pelayanan.

Lima dimensi untuk mengukur dan mengevaluasi kualitas pelayanan, yaitu: Reliabilitas, (kehandalan), Responsiveness (tanggapan), Assurance (kredibilitas), Emphaty, (pemahaman terhadap konsumen), Tangible (penampilan).

Salah satu cara utama mendiferensiasikan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa yang berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan kualitas jasa konsumen. Yang mana harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lampaunya, yang terjadi lewat pembicaraan dari mulut kemulut, dan iklan perusahaan jasa tersebut.

Perusahaan jasa sebagai suatu sistem, terdiri dari sistem operasi dan sistem penyajian jasa. Sistem operasi jasa sendiri adalah saat dimana input diproses dan elemen – elemen produk diciptakan. Sedangkan sistem penyajian jasa adalah penggabungan akhir dari elemen – elemen yang ada sampai dengan penyajian jasa kepada konsumen.

“ Gronos menyatakan bahwa pemasaran jasa tidak hanya membutuhkan pemasaran internal dan eksternal. Pemasaran eksternal menggambarkan pekerjaan normal yang dilakukan perusahaan untuk menyiapkan, memberi harga, mendistribusikan, dan mempromosikan jasa itu pada konsumen. Pemasaran internal menjelaskan pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan

untuk melatih dan memotivasi pegawainya untuk melayani pelanggan yang baik “ (Kotler, 1997:88)

Kompleknya masalah hidup sekarang ini, menyebabkan masalah kesehatan benar – benar merupakan kebutuhan pokok disamping kebutuhan pangan, sandang, dan papan. Kalau dihadapkan pada pilihan, hakeketnya setiap orang dalam menjalani hidup ini lebih memilih keadaan sehat. Karena tanpa berbadan sehat manusia tidak akan bisa melakukan aktivitas, baik itu bersifat ekonomis maupun non ekonomis.

Untuk itu rumah sakit menyediakan jasanya untuk kepentingan dan kebutuhan akan kesehatan masyarakat. Yang mana masing – masing dari Rumah Sakit tersebut mempunyai misi dan visi yang berbeda. Perbedaan inilah yang membuat mereka saling mempunyai keunggulan yang kompetitif dalam menarik konsumennya.

Kemajuan dan keberhasilan rumah sakit dimulai dari kualitas yang diberikan kepada pasiennya. Oleh sebab itulah, pihak manajemen rumah sakit harus mengetahui dan memahami faktor – faktor apa saja yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya. Pihak rumah sakit harus mengetahui apa saja kebutuhan dan keinginan konsumen yang dapat menambah dan memperbaiki atribut – atribut yang dimiliki agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen.

Rumah Sakit Islam Ibnu Sina ini merupakan salah satu organisasi yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan. Tujuan rumah sakit ini bukan semata – mata hanya untuk menghasilkan laba saja, melainkan lebih kepada

pengutamaan kepentingan dan kepuasan konsumen. Apabila pasien sudah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, maka dengan sendirinya mereka akan loyal dan selalu setia dalam menggunakan jasa tersebut. Dengan demikian secara tidak langsung pihak rumah sakit akan mendapatkan keuntungan yang countinus dalam jangka panjang.

Rumah sakit ini mempunyai misi mewujudkan pelayanan kesehatan yang menyeluruh, bermutu, dan bertanggung jawab, yang dapat menjangkau semua lapisan masyarakat. Mulai dari yang kelas bawah sampai kepada kelas atas. Yang mana semua ini mencerminkan daripada rumah sakit yang memberikan pelayanan yang berkualitas serta terjamin tanpa ada perbedaan pelayanan terhadap strata pasien.

Selain memiliki keunggulan tersebut, rumah sakit ini juga memiliki lokasi yang sangat strategis, yang mana terletak di tengah – tengah pusat keramaian, yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi, sehingga memudahkan konsumen yang akan menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Sejalan dengan meningkatnya kesadaran, baik dokter maupun masyarakat akan pentingnya sarana penunjang kesehatan. Seperti halnya sarana penunjang kesehatan diagnostig berkembang pula teknologi dan peralatannya. Seperti sarana penunjang diagnostig, alat ini berfungsi dalam menunjang pendeteksian penyakit, penetapan diagnostig, dan pemilihan terapi. Perkembangan teknologi dan peralatan sarana penunjang kini semakin cepat, sejalan dengan tuntutan perkembangan ilmu kedokteran.

Untuk memenuhi kebutuhan konsumen lainnya, rumah sakit ini juga dilengkapi dengan fasilitas – fasilitas penunjang lainnya. Seperti misalnya, toko, apotek, kantin, bank tempat pembayaran administrasi, tempat ibadah, serta parkir yang luas. Dengan disediakannya fasilitas diatas diharapkan para konsumen pengguna jasa rumah sakit ini akan merasa terpuaskan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN RUMAH SAKIT ISLAM IBNU SINA , PASAMAN BARAT, SUMATERA BARAT “.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana kepuasan konsumen setelah menerima jasa pelayanan rumah sakit islam Ibnu Sina?
- b. Adakah perbedaan tingkat kepuasan pengguna jasa rumah sakit islam Ibnu Sina berdasarkan karakteristik konsumen ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

- a. Menetapkan tingkat kepuasan konsumen setelah menerima jasa pelayanan rumah sakit Islam Ibnu Sina.
- b. Menetapkan perbedaan tingkat kepuasan pengguna jasa rumah sakit Islam Ibnu Sina berdasarkan karakteristik konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan diperoleh beberapa manfaat, diantaranya :

a. Bagi perusahaan

Sebagai sumbangan pemikiran dalam masalah manajemen pemasaran sebagai masukan bagi perusahaan mereka, agar dapat memberikan yang terbaik dalam pelayanan dan kepuasan konsumennya.

b. Bagi dunia pendidikan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dalam memajukan kualitas pendidikan, terutama pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

c. Bagi pribadi penulis

Diharapkan dapat lebih memahami suatu aplikasi ilmu yang diperoleh dari bangku kuliah. Hal ini juga sebagai prasarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Hasil Penelitian Terdahulu

Ariesta Haryani (2004) meneliti tentang analisis kepuasan konsumen dalam menggunakan hotel Nata Putra Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen setelah menerima pelayanan pada hotel nata putra dan menjelaskan ada atau tidak adanya perbedaan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen (pengguna jasa hotel) tersebut berdasarkan karakteristik konsumen.

Penelitian ini mempunyai kesamaan dengan yang dilakukan oleh penulis, yaitu dengan menggunakan teknik analisis ragam satu arah kruskal wallis untuk menjelaskan ada atau tidak adanya perbedaan atau ketidakpuasan kelompok menurut karakteristik konsumen yang diuji serta jumlah sample yang digunakan, dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Persamaan lainnya adalah karakteristik yang meliputi : Gender, penghasilan rata-rata dalam sebulan, status pekerjaan, dan pendidikan.

Sedangkan perbedaan terletak pada objek penelitian dan indikator-indikator penelitian. Objek yang diteliti Ariesta Haryani adalah hotel Nata Putra Yogyakarta, sedangkan penulis meneliti rumah sakit islam Ibnu Sina Pasaman Barat, Sumatera Barat. Indikator-indikator yang digunakan ada sebagian yang sama, tetapi ada pula yang berbeda. Misalnya indikator yang digunakan oleh Ariesta Haryani adalah: tarif, makanan, kebersihan, keamanan, suasana, ruangan,

pelayanan, prosedur administrasi, dan parkir. Sedangkan penulis menggunakan indikator- indikator yang diteliti adalah: pelayanan bagian penerimaan pasien, pelayanan dokter umum/ spesialis, pelayanan tenaga perawat, pelayanan bagian keuangan, rasa makanan, variasi menu makanan, kelengkapan mebel (minimal yang harus ada diruang rawat inap), kondisi penerangan, persediaan air di toilet, tempat ibadah, kelengkapan pertokoan, dan tempat parkir.

B. Pengertian Pemasaran

Berada dalam lingkungan yang berubah sangat cepat, dan persaingan yang berlangsung ketat, keberhasilan bisnis akan sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen melebihi yang dapat diberikan pesaingnya. Upaya ini hanya mungkin dilakukan manakala perusahaan memiliki pemahaman yang sangat baik terhadap konsumen yang di layaninya. Ini tidak sederhana, mengingat luas dan kompleksnya permasalahan yang berkenaan dengan perilaku konsumen dalam membeli, memilih, dan mengkonsumsi produk atau jasa guna memuaskan kebutuhannya.

pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan – kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk mendapatkan laba, sehingga pemasaran menjadi suatu kegiatan yang cukup vital dalam suatu perusahaan.

Pemasaran itu sendiri erat kaitannya dengan kebutuhan konsumen. Karena dari adanya kebutuhan tersebut maka akan muncul permintaan yang kemudian mendorong perusahaan untuk berusaha memenuhi kebutuhan tersebut, sehingga konsumen terpuaskan.

Pemasaran tidak hanya terbatas pada dunia bisnis saja, tetapi pada setiap hubungan antar organisasi yang melibatkan suatu kegiatan tukar menukar adalah kegiatan pemasaran. Sejalan dengan perkembangan kegiatan perekonomian, pengertian pemasaran juga mengalami perubahan. Pada dasarnya pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan akan barang dan jasa. Yang kemudian menyangkut lembaga – lembaga yang melaksanakan proses pemasaran serta fungsi masing – masing guna dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Sebagai salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan. Kini pemasaran telah mengalami perubahan dan perkembangan. Dari yang semula merupakan kegiatan distribusi dan penjualan, sekarang telah menjadi dasar bagi perusahaan untuk menghubungkan setiap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan pasar yang ditujunya. Pemasaran harus dapat menafsirkan kebutuhan konsumen yang ada dan mengkombinasikan dengan keadaan pasar; seperti: lokasi konsumen, jumlah konsumen, dan selera konsumen. Sehingga perusahaan mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, yang mana nantinya akan tercapai kepuasan konsumen.

Sebagaimana defenisi pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler adalah “pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajemen yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai dari pihak lain” (Kotler, 1997:41)

Sedangkan menurut Stanton

“pemasaran adalah suatu system keseluruhan dari kegiatan – kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial “

Dari uraian defenisi diatas dapat dijelaskan bahwa pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen menentukan produk yang diproduksi. Menentukan harga, serta menentukan cara mempromosikan dan mendistribusikan produk tersebut. Jadi pemasaran bukan sekedar pembelian dan penjualan saja, tetapi meliputi seluruh kegiatan dalam rangka memenuhi kepuasan pembelian melalui pertukaran.

C. Konsep Pemasaran

Memuaskan konsumen mungkin merupakan suatu pekerjaan yang sulit bagi seorang pemasar. Tetapi hal ini tidak dapat dihindari, karena dengan memberikan kepuasan kepada konsumen maka pemasar akan memperoleh kesetiaan atau loyalitas yang tinggi dari para konsumen, dan berharap adanya pembelian ulang pada produk yang ditawarkan.

Bagi perusahaan yang telah mengetahui bahwa pemasaran merupakan factor yang sangat vital dalam pencapaian keberhasilan usahanya. Maka mereka akan mengetahui pula adanya cara dan falsafah baru yang dikenal dengan konsep pemasar atau marketing concept sebagai filsafat bisnis. Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen.

Definisi konsep pemasaran menurut Stanton adalah sebagai berikut :

“konsep pemasaran adalah sebagai falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan (Stanton, 1993:82)

Dari definisi diatas mempunyai konsekuensi bahwa seluruh kegiatan dalam perusahaan, harus berorientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen yang didukung oleh suatu pemasaran yang diarahkan kepada terciptanya kepuasan konsumen. Dengan terciptanya kepuasan konsumen, diharapkan nantinya akan mendatangkan kesan yang baik serta loyalitas yang tinggi dari konsumen kepada perusahaan, yang mana nantinya perusahaan akan memperoleh laba maksimum.

D. Pemasaran Jasa

Ada berbagai macam pengertian jasa atau service yang dikemukakan oleh beberapa ahli, diantaranya adalah sebagai berikut :

“ Jasa adalah setiap tindakan untuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip intangible atau tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik “
(Yazid, 1999 :1)

Sedangkan Berry, seperti yang dikutip oleh Zithmal dan Bitner mendefinisikan

“ Jasa itu sebagai aktifitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai atau manfaat) intangible yang berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang – barang milik, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan perubahan dalam kondisi manual dan produk satu jasa, bisa juga tidak mempunyai kaitan dengan produk fisik “(Yazid. 1999 :2)

R.G. Mudrik, dkk mendefenisikan jasa dari sudut pandang penjualan dan konsumsi secara kontras dengan barang.

“ Barang adalah suatu objek yang intangible, yang dapat diciptakan dan dijual atau digunakan setelah selang waktu tertentu “

“ Jasa adalah intangible (seperti kenyamanan, hiburan, kecepatan, kesenangan, dan kesehatan) dan perishabel (jasa tidak mungkin disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan) yang diciptakan dan dikonsumsi secara simultan “

Dari berbagai macam devisi yang ada diatas, maka akhirnya Zeithmal dan Bitner memberikan solusi dengan cara merangkum defenisi yang ada menjadi :

“Jasa mencakup semua aktifitas ekonomi yang outputnya bukanlah produk atau kontruksi fisik yang secara konsumsi dan produknya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikan dalam bentuk(kenyamanan , hiburan, kecepatan,dan,kesehatan) dilakukan dengan prinsip intangible bagi pembeli pertamanya” (Yazid, 1992 :2)

Tabel 2.1

Karakteristik Barang dan Jasa serta Implikasinya

BARANG	JASA	IMPLIKASINYA
<ul style="list-style-type: none"> • Tangible 	<ul style="list-style-type: none"> • intangible 	<ul style="list-style-type: none"> • Jasa tidak bisa disimpan. • Jasa tidak bisa dipatenkan. • Jasa tidak bisa selalu didisplay. • Penetapan harga jasa sulit dilakukan
<ul style="list-style-type: none"> • Standardisasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Heterogen 	<ul style="list-style-type: none"> • Penyampaian jasa dan kepuasan konsumen tergantung kepada tindakan konsumen. • Kualitas jasa tergantung pada sejumlah factor yang tidak bisa dikontrol. • Tidak ada pengetahuan yang pasti bahwa jasa telah disampaikan sesuai dengan apa yang direncanakan dan dipromosikan.

Bersambung ke halaman 14

Sambungan halaman 13

<ul style="list-style-type: none"> • Produksi dan konsumsi terpisah. 	<ul style="list-style-type: none"> • Produksi dan konsumsi simultan 	<ul style="list-style-type: none"> • Konsumen berpartisipasi didalam mempengaruhi interaksi. • Konsumen saling mempengaruhi. • Karyawan mempengaruhi hasil jasa. • Desantralisasi sangat penting. • Produksi massal sulit dilakukan.
<ul style="list-style-type: none"> • Tidak mudah musnah 	<ul style="list-style-type: none"> • Mudah musnah 	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam jasa sulit dilakukan sinkronisasi penawaran dan permintaan. • Jasa tidak bisa dikembalikan atau dijual kembali.

E. Dimensi Pokok Jasa

Ada 5 dimensi pokok jasa yang berkaitan dengan kinerja jasa, yaitu (Tjiptono, 1995 :29)

- a. Bukti langsung (tangibles) yaitu, bukti fisik, peralatan yang digunakan, indicator yang termasuk dalam dimensi ini adalah : kelengkapan mebel, kondisi penerangan, kondisi air, tempat ibadah, pertokoan, dan tempat parker.

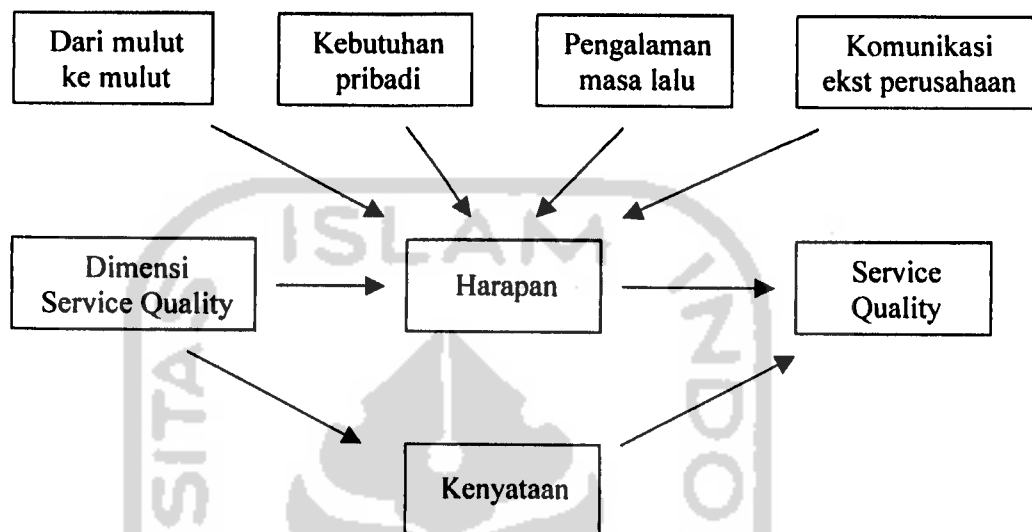
- b. Daya tanggap (Responsiveness) yaitu, kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan dengan tanggap. Indikator yang termasuk dalam dimensi ini adalah: pelayanan tenaga perawat.
- c. Jaminan (Assurance) mencakup, pengetahuan, kesopanan, perhatian, dan kelemahan yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan. Indikator yang masuk ke dalam dimensi ini adalah: pelayanan bagian penerimaan pasien, pelayanan bagian keuangan, rasa makanan, dan variasi makanan.
- d. Empathy, meliputi kemudahan melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Indikator yang masuk ke dalam dimensi ini adalah: pelayanan – pelayanan yang dilakukan oleh para staff dalam menghadapi pasien atau konsumen.
- e. Keandalan (Reliability) yaitu, kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Indikator yang masuk ke dalam dimensi ini adalah: pelayanan dokter umum, spesialis, dan pelayanan perawat.

F. Service Quality

Service quality suatu perusahaan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan. Yang mana biasanya harapan ini disampaikan dari mulut ke mulut (word of mouth) kebutuhan

pribadi, pengalaman dari masa lalu dan komunikasi eksternal perusahaan

(Soetjipto, 1997 :14)



Gambar. 2.1

Pengaruh dari Dimensi Service Quality terhadap Harapan Pelanggan dan Kenyataan yang Diterima

Ada 2 aspek khusus yang sangat penting dilihat dari sudut pandang service quality, (menurut Reinman, 1990:34), yaitu :

a. *Customer Driven Quality*

Dalam penentuan kualitas suatu barang atau jasa konsumen mempunyai peranan yang cukup penting. Semua atribut dari produk dan jasa yang mampu memberikan kontribusi atau nilai bagi konsumen selalu berada pada jalur sistem kualitas. Yang mana nilai dan kepuasan dipengaruhi oleh banyak faktor. Disini mencakup hubungan antara perusahaan dengan konsumen. Pada konsep ini tidak

hanya atribut-atribut yang melengkapi produk yang menjadi pertimbangannya, tetapi juga apa yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan pesaingnya.

Yang mana nilai dan kepuasan konsumen akan selalu berada pada jalur sistem kualitas. Nilai dan kepuasan tersebut dipengaruhi oleh banyak faktor selama konsumen melakukan pembelian, memiliki barang tersebut, dan pengalaman- pengalaman mereka dalam menerima jasa dari suatu perusahaan. Disini mencakup hubungan antara perusahaan dengan konsumen, sehingga tercipta kepercayaan dan keyakinan konsumen akan produk yang diberikan mampu membawa pada kesetiaan konsumen kepada perusahaan (loyalitas konsumen). Pada konsep itu tidak hanya atribut- atribut yang melengkapi produk yang bersangkutan saja yang menjadi pertimbangan dasarnya, tetapi juga apa yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan pesaingnya, serta respon- respon konsumen kepada perusahaan tersebut.

b. *Customer Relationship Management*

Konsep ini menggambarkan bagaimana perusahaan menyediakan karyawan-karyawan yang efektif dan efisien dalam membangun hubungan dengan konsumen, dan bagaimana mereka dapat menggunakan informasi-informasi yang didapat dari konsumen untuk meningkatkan hubungan mereka dengan pihak konsumen.

Beberapa alternative pendekatan yang cukup populer dan menarik perhatian kalangan dunia bisnis, yaitu:

1) Service Triangel (segitiga layanan)

Adalah suatu model layanan yang menggambarkan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya. Model ini terdiri dari 3 elemen, yaitu : Service strategy (strategi layanan), service people (SDM yang memberikan layanan), dan service system (sistem layanan) dengan pelanggan sebagai titik pusat.

2) Total Quality Service (layanan mutu terpadu)

Adalah suatu keadaan dimana perusahaan mempunyai kemampuan untuk memberikan layanan yang bermutu kepada para stakeholdernya. Dimana total quality service ini mempunyai 5 elemen yang saling terkait satu dengan yang lainnya.

Ke 5 elemen itu adalah :

2.1) Market and customer research (riset pasar atau planggan)

Riset ini dilakukan untuk meneliti kondisi pasar, dimana perusahaan yang bersangkutan berencana untuk beroperasi, yang didalamnya meliputi identifikasi segmen pasar, analisis demografis, analisis segmen pasar potensial, dan analisis kebutuhan- kebutuhan di pasar. Selain itu riset

pelanggan juga juga berusaha untuk mengetahui harapan, keinginan, dan perasaan konsumen secara individual terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Hasil dari keduanya dapat dijadikan petunjuk atau pedoman bagi perusahaan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada pelanggan.

2.2) Strategy formulation (perumusan formulasi)

Yaitu suatu proses perencanaan strategi mempertahankan pelanggan-pelanggan yang sudah ada dan meraih pelanggan-pelanggan baru. Untuk mendapatkan hasil perumusan yang efektif, maka diperlukan pengetahuan mengenai bidang usaha perusahaan, misi perusahaan, nilai dan norma yang berlaku didalam pihak perusahaan. Pendekatan strategik yang dibutuhkan agar dapat memenangkan persaingan-persaingan pengetahuan mengenai cara-cara memadukan teknologi, operasi metodologia, dan struktur organisasi untuk memenuhi permintaan para pelanggan serta reposisi perusahaan.

2.3) Education, training, and communication (pendidikan, pelatihan, komunikasi)

Untuk memberikan pelayanan yang bermutu kepada para pelanggan, sumber daya manusia dari suatu perusahaan juga harus berkualitas. Sehingga diperlukan adanya pendidikan dan pelatihan guna mengembangkan dan meningkatkan mutu sumber daya manusia yang ada. Sedangkan peran komunikasi disini adalah sebagai alat pendistribusian informasi kesetiap individu di perusahaan. Ketiga komponen diatas juga berperan dalam meningkatkan pemahaman sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan,

serta harapan, visi, misi, nilai- nilai perusahaan, serta strategi mempertahankan pelanggan yang telah ada dan mendapatkan pelanggan-pelanggan baru.

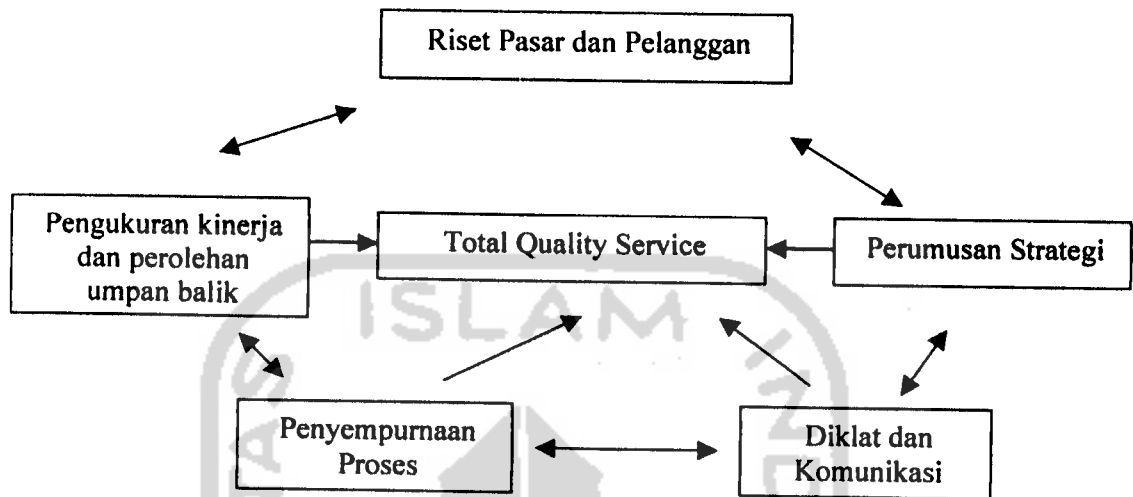
2.4) Proses improvemen (penyempurnaan proses)

Merupakan usaha- usaha diseluruh tingkatan pada perusahaan untuk secara berkesinambungan menyempurnakan proses pemberian layanan dan secara aktif mencari cara- cara baru untuk terus membuat perusahaan menjadi kuat.

2.5) Assesment measurement, and feedback (penilaian, pengukuran, dan umpan balik)

Hasil dari penilaian kinerja dan umpan balik dijadikan dasar untuk memberikan balas jasa kepada karyawan, serta masukan kepada perusahaan tentang apa, kapan, dan bagaimana cara memperbaikinya.

Hubungan elemen- elemen diatas dapat dilihat pada gambar berikut ini



Gambar. 2.2
Total Quality Service

3). *Conceptual model of quality service*

Teori kepuasan konsumen selalu didasarkan kepada upaya peniadaan atau paling sedikit upaya penyempitan GAP antara keadaan yang diinginkan (harapan) dengan keadaan yang dihadapi (perceived). Harapan konsumen dapat dibentuk setelah konsumen berkomunikasi atau berinteraksi dengan konsumen lain. Secara singkat Zeithaml dan Bitner menyebutkan sebagai gap kualitas jasa.

Dalam model ini terdapat 5 GAPS (kesenjangan) yang menyebabkan perusahaan tidak mampu memberikan pelayanan dengan baik dan bermutu. Sehingga diperlukan cara atau langkah untuk menghilangkan gaps tersebut.

Langkah ketiga adalah merumuskan strategi layanan perusahaan. Strategi ini memberikan pedoman atau petunjuk bagi para karyawan dalam usahanya untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu memberikan layanan dengan kualitas tinggi. Strategi layanan harus dapat dimengerti dan memotivasi seluruh karyawan perusahaan. Selain itu strategi layanan dituntut untuk dapat memberikan tanda kepada pihak manajemen perusahaan tentang layanan- layanan yang masih perlu ditingkatkan.

G. Gap Kualitas Jasa

Teori kepuasan konsumen selalu didasarkan kepada upaya peniadaan atau paling sedikit upaya penyempitan gap antara keadaan yang diinginkan dengan keadaan yang dihadapi (perceived).

Harapan konsumen dapat dibentuk melalui komunikasi perusahaan kepada konsumen. Selanjutnya harapan tersebut akan dapat meningkatkan atau bahkan menurun setelah konsumen berkomunikasi atau berinteraksi dengan konsumen lain. Secara singkat Zeithaml dan Bitner menyebutnya sebagai gap kualitas jasa (Yazid, 1999 : 61)

Jenis – jenis harapan konsumen untuk jasa ada 4, yaitu:

- a. *Konsumen yang selalu berfikir ekonomis*, yaitu konsumen jenis ini mengharapkan untuk senantiasa memaksimalkan manfaat atau nilai yang diperolehnya dari waktu, upaya, dan uang yang dikeluarkannya.

- b. *Konsumen yang etis*, konsumen ini merasa bahwa kerjasama dengan kelompok atau perusahaan tertentu merupakan kewajiban moral. Perusahaan yang telah membangun reputasi untuk pelayanan masyarakat dapat menggunakan perasaan ini untuk menciptakan loyalitas konsumen.
- c. *Konsumen yang membutuhkan pelayanan personal*, konsumen jenis ini menghendaki kenikmata (gratifikasi) personal, seperti pengakuan dan perlindungan dari pengalaman jasanya.
- d. *Konsumen kenyamanan*, konsumen jenis ini tidak tertarik untuk shopping jasa, tetapi sebaliknya mereka terkadang mau membayar ekstra untuk pelayanan yang personal atau istimewa. Oleh karena itu kenyamanan adalah kunci utama untuk menarik konsumen.

Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan oleh konsumen. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen tentang jasa. Diantaranya adalah subjektifitas pemberi jasa, kondisi lingkungan eksternal dan sebagainya.

5 perbedaan cara penyampaian dari apa yang dipersepsikan konsumen, yaitu :

1. Gap antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen.

Gap ini muncul sebagai akibat dari kebutuhan manajemen tentang kualitas jasa, seperti apa yang sebenarnya diharapkan oleh konsumen. Sehingga organisasi atau perusahaan tidak mampu menunjukkan kinerja

seperti apa yang dijanjikan kepada konsumen melalui periklanan maupun media lainnya. Gap harapan konsumen dengan persepsi manajemen merupakan sumber munculnya gap- gap yang lain.

2. Gap antara persepsi manajemen dengan harapan akan kualitas jasa.

Gap ini muncul karena pihak organisasi atau perusahaan menetapkan spesifikasi kualitas jasa berdasarkan apa yang mereka percayai sebagai yang diinginkan konsumen. Padahal pendaat tersebut belum tentu benar, akibatnya banyak organisasi jasa telah memfokuskan pada kualitas teknis. Tetapi kenyataannya konsumen lebih mementingkan kualitas penyajian saja. Sumber munculnya gap ini adalah tidak adanya interaksi langsung antara manajemen perusahaan dengan konsumen, keengganan perusahaan menanyakan langsung tentang harapan konsumen, atau ketidaksiapan perusahaan dalam mengkomunikasikan keduanya.

3. Gap antara kualitas jasa yang diharapkan dengan penyampaian jasa.

Gap ini menindikasikan perlunya penetapan desain dan standar jasa yang berorientasi kepada konsumen. Standar ini dibangun berdasarkan pada keperluan pokok konsumen yang mudah dipahamidan diukur oleh konsumen. Standar tersebut terdiri dari standar- standar operasi yang ditetapkan sesuai dengan harapan dan prioritas konsumen daripada kepentingan perusahaan seperti yang menyangkut efesiensi dan efektifitas.

4. Gap antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal ke konsumen.

Janji yang disampaikan perusahaan jasa melalui media periklanan tersebut, mungkin selain dapat meningkatkan harapan yang akan dijadikan standar kualitas jasa yang akan diterima konsumen, juga akan meningkatkan persepsi tentang jasa yang akan disampaikan kepada mereka. Kegagalan dalam memenuhi jasa yang dijanjikan dengan yang senyatanya kepada konsumen akan memperlebar gap ini. Kegagalan dalam pemenuhan janji dapat berupa : terlalu tingginya janji yang disampaikan melalui media iklan atau penjualan personal, koordinasi yang kurang kuat antara bagian operasi dengan bagian pemasaran, serta perbedaan dalam kebijaksanaan dan prosedur disemua outlet jasa.

5. Gap antara jasa yang diharapkan dengan jasa yang diterima.

Gap ini mencerminkan perbedaan antara unjuk kerja senyatanya dengan persepsi yang dimiliki konsumen. Walaupun pada awalnya persepsi subjektif antara yang dimiliki konsumen dan produsen jasa adalah sama, tetapi karena berbagai faktor yang muncul selama proses penyajian jasa melalui berbagai tahapan berlangsung, maka pada akhir penyajian jasa persepsi konsumen dan produser tentang kualitas jasa yang dimaksud bisa saja berbeda.

H. Kepuasan Konsumen

Pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan jasa adalah untuk menciptakan dan memberikan kepuasan kepada konsumennya. Mereka menyadari bahwa pelayanan dan kepuasan konsumennya. Mereka menyadari bahwa pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan aspek vital bagi bagi perusahaan jasa dalam rangka memenangkan bisnis dalam persaingannya. Yang mana akan menciptakan sifat loyalitas konsumen terhadap perusahaan tersebut.

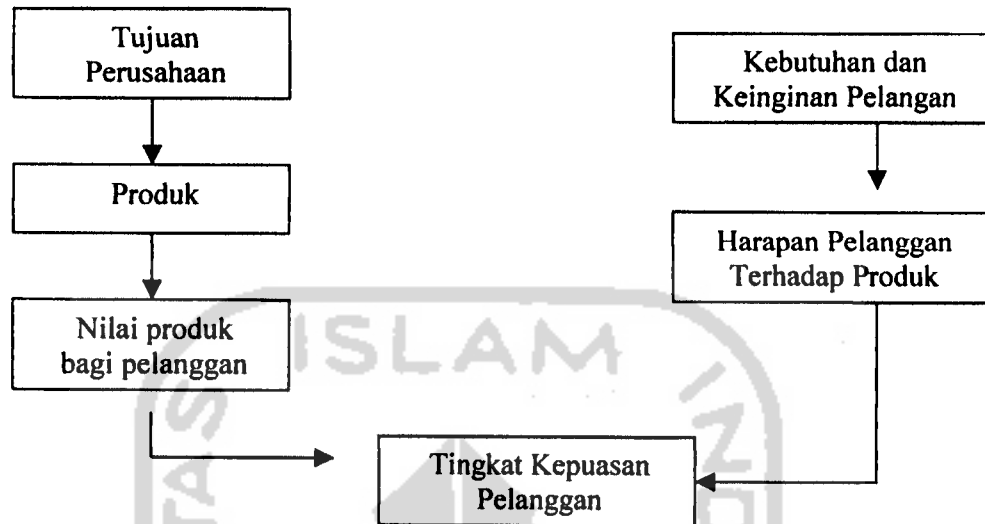
Kotler mendefenisikan kepuasan sebagai berikut :

“ suatu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang akan ia rasakan, dibandingkan dengan harapannya “ (Kotler dan Amstrong,1997:10)

Sedangkan menurut Tjiptono (1997:24) mendefenisikan “kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidak sesuaian yang dirasakan antara harapan dengan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaian ”

“Sedangkan Engel,et,al 1990 menyatakan dimana alternatif sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (out come) tidak memenuhi harapan. Jadi pada dasarnya pengertian kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil (yang dirasakan).

Konsep kepuasan pelanggan ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini



Gambar. 2.4

Konsep Kepuasan Pelanggan

Konsumen yang puas adalah konsumen yang terus melakukan pembelian, mengiklankan produk yang ia beli dan jika ia ingin membeli sesuatu memastikan terlebih dahulu apakah perusahaan tersebut menjual produk yang ingin dibeli atau tidak. Jika perusahaan tersebut menjual produk yang diinginkan, maka ia akan cenderung membelinya dari perusahaan tersebut.

Kepuasan konsumen merupakan inti dari pencapaian jangka panjang bagi suatu perusahaan. Karena nantinya kepuasan konsumen diharapkan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas konsumen terhadap perusahaan tersebut. Untuk dapat menciptakan kepuasan konsumen, maka perusahaan harus selalu memaksimalkan pelayanan atau service terhadap konsumen.

Pelanggan atau konsumen sendiri dapat mengalami salah satu dari tiga tingkatan kepuasan umum, yaitu kalau kinerja dibawah harapan maka pelanggan kecewa, sedangkan jika kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas, dan yang terakhir adalah bila kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas.

Pengukuran terhadap tingkat kepuasan konsumen merupakan hal yang esensial bagi setiap perusahaan. Dengan adanya pengukuran tersebut dapat dijadikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Pada prinsipnya kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai macam metode.

Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen Menurut Kotler ,1999 :52 dapat diukur dengan 5 metode, Yaitu :

- a. *Sistem keluhan dan saran*, setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kebebasan kepada pelanggannya untuk menyampaikan saran atau keluhan yang dirasakan. yang mana system ini selalu mempermudah konsumennya dengan memberikan kotak saran yang ditempatkan pada lokasi atau area yang strategis. Atau bisa juga melalui kartu komentar, dan saluran telepon khusus bebas pulsa dan lain- lain.
- b. *Survey kepuasan konsumen*, system ini bisa dilakukan melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Dengan cara ini perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (feedback) secara langsung dari

pelanggan, dan juga tanda(signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya..

c. *Pembelajaan gaib (gosht shopping)*, ini dilakukan dengan cara mempekerjakan babarapa orang untuk berperan sebagai pelanggan atau konsumen potensial produk perusahaan dan bersaing. Kemudian mereka melaporkan hasil yang mereka peroleh mengenai kelebihan dan kekurangan dari produk perusahaan tersebut.

d. *Analisis pelanggan yang hilang (lost customer analysys)*, Analisis ini dilakukan dengan cara menghubungi para pelanggan yang sudah tidak lagi menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Ini dilakukan untuk mengetahui mengapa konsumen tersebut pindah kepada produk atau perusahaan lain.

I. Pengertian Harapan Pelanggan dan Kinerja

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

Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Pengertian

komplain. Berkaitan dengan itu ada 3 kategori tanggapan atau komplain terhadap ketidakpuasan, yaitu:

- a. *Voice response* (menyampaikan keluhan secara langsung dan meminta ganti rugi pada perusahaan yang bersangkutan)
- b. *Third-party response* (berusaha meminta ganti rugi secara hukum)
- c. *Private response* (memberikan rekomendasi negatif pada pihak-pihak lain seperti keluarga dan teman) Tjiptono, 1995 :2

J. Karakteristik Konsumen

Adalah sifat – sifat yang membedakan konsumen yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan tersebut dapat menyebabkan perilaku konsumen satu dengan yang lainnya tidak sama. Dalam pengelompokan karakteristik konsumen didasarkan pada faktor demografi, meliputi : Usia, Gender, Pekerjaan, Penghasilan, dan tingkat pendidikan.

Kelompok usia yang satu dengan yang lainnya sering memiliki nilai dan perilaku yang berbeda. Sedangkan terlepas dari kecenderungan moderen untuk meniadakan perbedaan antara laki- laki dan perempuan. Banyak didapati bukti bahwa laki- laki dan perempuan memiliki perbedaan dalam hal yang penting (bukan hanya sekedar fisik), misalnya perempuan dapat memproses informasi secara berbeda dari laki- laki. Yang mana perempuan biasanya lebih sabar, telaten, dan kurang mendominasi seperti laki- laki.

Masyarakat pada tingkat penghasilan yang berbeda cenderung memiliki tata nilai, perilaku, serta gaya hidup yang berbeda. Namun demikian biasanya persaingan digunakan untuk mensegmentasi lebih lanjut dan didasarkan pada karakteristik- karakteristik lainnya.

Mata pencaharian seseorang mempengaruhi ukuran penghasilan dan pembelanjaan mereka. Suatu pemahaman atas tipe- tipe pekerjaan yang memberikan pandangan pada kebutuhan konsumen. Pergantian pekerjaan juga menyebabkan perubahan- perubahan pada perilaku pembelanjaan. Dan pada saat pekerjaan mereka berganti, maka mereka menampilkan tantangan- tantangan baru bagi produsen

K. Ruang Lingkup Rumah Sakit

a. Pengertian Rumah Sakit

- 1) Rumah sakit adalah organisasi yang melalui tenaga medis professional yang terorganisir serta sarana kedokteran yang permanent. Menyelenggarakan pelayanan kedokteran, asuhan keperawatan yang berkesinambungan, diagnosis, serta pengobatan penyakit yang diderita oleh pasien.
- 2) Rumah sakit adalah tempat dimana orang sakit mencari dan menerima pelayanan medis (kedokteran) serta tempat dimana pendidikan klinik untuk mahasiswa kedokteran, perawat, dan berbagai tenaga profesi lainnya yang diselenggarakan.

- 3) Sedangkan Depkes RI menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan rumah sakit umum adalah, rumah medis yang memberikan pelayanan kesehatan yang bersifat dasar, spesialistik, dan sub spesialistik. (Soeyadi, 1996 :4)

b. Tugas Pokok dan Fungsi Rumah Sakit

Tugas rumah sakit berdasarkan Perda No.28 Tahun 1995, bab II pasal 3 adalah, melaksanakan upaya kesehatan secara berdaya guna dan berhasil guna dengan mengutamakan upaya penyembuhan dan pemulihan yang dilaksanakan secara serasi, terpadu, dengan upaya peningkatan dan pencegahan serta upaya rujukan. (Soeyadi dan Suhartini, 1996 :17)

Dalam UU No.23 / 29 pasal 57 tercantum fungsi rumah sakit, yaitu melaksanakan upaya kesehatan dasar, upaya kesehatan rujukan, upaya kesehatan penunjang, dan kesehatan tetap, dengan memperhatikan fungsi sosial. (Saleh KW, 1992 : 757)

c. Jenis jenis Rumah Sakit di Indonesia

Sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku, rumah sakit di indonesia dapat dibedakan atas beberapa macam. Jika ditinjau dari pemiliknya, maka rumah sakit di indonesia dibedakan menjadi dua macam, yaitu :

1) Rumah Sakit Pemerintah

Rumah Sakit Pemerintah dibagi kedalam 2 bagian, yaitu:

1.1) Rumah sakit pemerintah pusat.

a. Departemen kesehatan adalah rumah sakit yang dikelola oleh departemen kesehatan.

b. Departemen lain, dimana peranan departemen kesehatan disini adalah merumuskan kebijakan pokok bidang kesehatan saja yang harus dipakai sebagai landasan dalam melaksanakan upaya kesehatan. Contoh rumah sakit yang dikelola oleh departemen lain diantaranya RS. Departemen Hankam, RS departemen pertambangan.

1.2) Rumah sakit pemerintah daerah

sesuai dengan undang – undang pokok pemerintah daerah no5 tahun 1974, maka rumah sakit- rumah sakit yang berada di daerah dikelola oleh pemerintah daerah. Yang mana pengelolaannya tidak hanya dalam hal pembiayaan saja, tetapi juga dalam bidang kebijakan seperti misalnya menyangkut tarif. Peranan departemen kesehatan disini hanya merumuskan kebijakan pokok upaya kesehatan, disamping dalam batas – batas tertentu yang turut membantu dalam hal pembayaran, tenaga, maupun obat- obatan, yakni dalam rangka menjalankan azas pembantu dari sistem pemerintah di Indonesia.

2) Rumah Sakit Swasta

masuknya pihak swasta sebagai pemilik modal yang sesuai dengan undang – undang kesehatan no 23 tahun 1992 menyebabkan rumah sakit yang dikelola bersifat komersial dan berorientasi mencari keuntungan (profit hospital). Meskipun begitu, fungsi sosial rumah sakit tetap dipertahankan, yakni mewajibkan rumah sakit swasta untuk menyediakan sekurang kurangnya 20% dari tempat tidurnya untuk masyarakat golongan tidak mampu.

Rumah sakit di Indonesia dibedakan atas :

- a. Rumah sakit kelas A
adalah rumah sakit yang mampu memberikan pelayanan dokter spesialis dan sub spesialis yang luas. Oleh pemerintah rumah sakit kelas A ini ditetapkan sebagai tempat pelayanan rujukan tertinggi, atau disebut pula sebagai rumah sakit pusat.
- b. Rumah sakit kelas B
adalah rumah sakit yang mampu memberikan pelayanan kedokteran spesialis luas dengan sub spesialis terbatas. Rumah sakit kelas B ini didirikan di setiap ibu kota provinsi yang menampung pelayanan rujukan dari rumah sakit kabupaten/ kotamadya.
- c. Rumah sakit kelas C
- d. Rumah sakit kelas D
- e. Puskesmas pembantu.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Peneliti menggunakan rumah sakit islam Ibnu Sina pasaman barat, sumatera barat sebagai lokasi penelitian. Rumah sakit ini diresmikan pemakaiannya pada tanggal 15 Maret 1991. Rumah sakit ini sebagai salah satu subsistem pelayanan kesehatan di daerah ini dan merupakan rumah sakit rujukan dari puskesmas dan klinik disekitarnya.

Dengan semakin baiknya ekonomi masyarakat dan semakin meningkatnya tingkat pendidikan dan pengetahuan masyarakat tentang pelayanan kesehatan, maka tuntutan terhadap pelayanan kesehatan yang berkualitas juga semakin hari semakin meningkat. Untuk itu rumah sakit islam Ibnu Sina pasaman barat harus bisa lebih membenahi diri untuk lebih memperkuat posisinya dalam menghadapi serta mengantisipasi sejak dini perubahan dan tantangan yang akan dihadapi dimasa mendatang, dengan melengkapi sarana dan prasarana serta fasilitas pelayanan rumah sakit.

Dalam melengkapi sarana fisik, rumah sakit ini mengacu kepada rencana induk pengembangan yang diarahkan kepada pembangunan ruang perawatan, UGD, kamar operasi, kamar bersalin, gizi, laundry, dan instalasi pemeliharaan sarana, serta gudang logistik.

Sampai saat ini terdapat tiga bangunan permanen untuk rawat inap yang masing-masing bangunan memiliki kapasitas 51 tempat tidur, yang terdiri dari ruangan VIP, klas I,II, dan kelas III. Rumah sakit ini juga sudah dilengkapi oleh 4 dokter spesialis besar, seperti dokter penyakit dalam, dokter anak, dokter bedah, dan kebidanan. Rumah sakit ini juga telah lulus akreditasi tahap pertama tahun 2007.

b) Devenisi Operasional Fariabel

Untuk lebih memperjelas dan menyamakan pengertian tentang indikator- indikator yang diukur, maka diberikan penjelasan sebagai berikut :

- a. **Kepuasan** adalah respon pelanggan terhadap evaluasi purna beli, dimana alternatif yang dipilih sekurang- kurangnya sama dengan harapan pelanggan, jadi pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup kesesuaian antara harapan dan kinerja atau hasil yang diharapkan setelah menggunakan Rumah sakit Islam Ibnu Sina tersebut.
- b. **Harapan** konsumen sangat penting berkenaan dengan indikator yang diharapkan ketika konsumen berkeinginan berobat di rumah sakit islam Ibnu Sina ini. Konsekuensi indikator – indikator tersebut dibagi kedalam lima dimensi yang diukur dengan skor 4 untuk alternatif jawaban tertinggi dan 1 untuk alternatif jawaban terendah.

5 dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

1. **Tangible** (bukti langsung)

- a. Peralatan medis yang ada di RSI Ibnu Sina lengkap dan modern.

- b. Fasilitas medis yang ada di RSI Ibnu Sina sudah baik dan lengkap.
 - c. Kondisi persediaan air dan kebersihan toilet, baik di rumah sakit maupun di ruang rawat inap.
 - d. Kebersihan ruangan dan nyaman ruangan dengan sirkulasi udara yang baik.
 - e. Kelengkapan mebel dan fasilitas lainnya, sesuai dengan jenis kelas yang ditempati.
 - f. Kelengkapan pertokoan dan apotek.
 - g. Kondisi penerangan rumah sakit secara keseluruhan.
 - h. Tempat ibadah serta perlengkapan yang memadai.
 - i. Tempat parkir yang luas, aman dan nyaman bagi pengunjung
2. Realibility (kehandalan)
- a. Pelayanan bagian penerimaan pasien dilakukan dengan cepat dan tepat.
 - b. Pelayanan penanganan pasien dilakukan dengan baik dan maksimal.
 - c. Pelayanan dokter, baik dokter umum maupun spesialis sesuai dengan harapan pasien.
 - d. Pelayanan bagian administrasi (keuangan) diberikan kemudahan.
3. Responsiveness (daya tanggap)
- a. Pelayanan tenaga perawat yang ramah dan sopan
 - b. Pelayanan medis kepada semua pasien tidak memandang status sosial.

4. Assurance (jaminan)

- a. Pelayanan bagian keuangan (administrasi) diberikan kemudahan.
- b. RSI Ibnu Sina mampu memberikan kenyamanan kepada pasien ketika memberikan pelayanan medis.
- c. Pelayanan medis yang diberikan kepada pasien tepat dan dapat dipertanggung jawabkan.

5. Emphaty

- a. Memahami dan memperhatikan kebutuhan pasien.
 - b. Mampu berkomunikasi dengan baik kepada pasien
 - c. Memperhatikan menu makanan bagi mereka yang rawat inap.
 - d. Variasi menu yang disajikan kepada pasien, sesuai dengan jenis penyakit dan kelas ruang rawat inapnya.
- c. Kinerja dari Rumah Sakit Ibnu Sina Pasaman Barat ini sangat penting, berkenaan dengan indikator yang telah diterimanya ketika mereka berobat di rumah sakit tersebut. Konsekuensi dari indikator- indikator tersebut dibagi kedalam 5 dimensi yang diukur dengan skor 4 untuk alternatif jawaban tertinggi, dan 1 untuk alternatif jawaban terendah.

5 dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tangible (bukti langsung)

- a. Peralatan medis yang ada di RSI Ibnu Sina lengkap dan modern.
- b. Fasilitas medis yang ada di RSI Ibnu Sina sudah baik dan lengkap.
- c. Kondisi persediaan air dan kebersihan toilet, baik di rumah sakit maupun di ruang rawat inap.

- d. Kebersihan ruangan dan nyaman ruangan dengan sirkulasi udara yang baik.
 - e. Kelengkapan mebel dan fasilitas lainnya, sesuai dengan jenis kelas yang ditempati.
 - f. Kelengkapan pertokoan dan apotek.
 - g. Kondisi penerangan rumah sakit secara keseluruhan.
 - h. Tempat ibadah serta perlengkapan yang memadai.
 - i. Tempat parkir yang luas, aman dan nyaman bagi pengunjung
2. Realibility (kehandalan)
- a. Pelayanan bagian penerimaan pasien dilakukan dengan cepat dan tepat.
 - b. Pelayanan penanganan pasien dilakukan dengan baik dan maksimal.
 - c. Pelayanan dokter, baik dokter umum maupun spesialis sesuai dengan harapan pasien.
 - d. Pelayanan bagian administrasi (keuangan) diberikan kemudahan.
3. Responsiveness (daya tanggap)
- a. Pelayanan tenaga perawat yang ramah dan sopan
 - b. Pelayanan medis kepada semua pasien tidak memandang status sosial.
4. Assurance (jaminan)
- a. Pelayanan bagian keuangan (administrasi) diberikan kemudahan.
 - b. RSI Ibnu Sina mampu memberikan kenyamanan kepada pasien ketika memberikan pelayanan medis.

- c. Pelayanan medis yang diberikan kepada pasien tepat dan dapat dipertanggung jawabkan.

5. Emphaty

- a. Memahami dan memperhatikan kebutuhan pasien.
- b. Mampu berkomunikasi dengan baik kepada pasien
- c. Memperhatikan menu makanan bagi mereka yang rawat inap.
- d. Variasi menu yang disajikan kepada pasien, sesuai dengan jenis penyakit dan kelas ruang rawat inapnya.

Adapun keterangan dari indikator- indikator harapan dan kinerja yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Peralatan medis yang ada di RSI Ibnu Sina lengkap dan modern.

Peralatan medis yang digunakan oleh rumah sakit islam Ibnu Sina ini sudah lengkap dan modern dan memenuhi standar yang diwajibkan.

2. Fasilitas medis yang ada di RSI Ibnu Sina sudah baik dan lengkap

Fasilitas yang ada di rumah sakit ini sudah baik dan lengkap, sehingga memberikan kemudahan kepada pasiennya. Ini

3. Kondisi persediaan air dan kebersihan toilet, baik di rumah sakit maupun di ruang rawat inap.

Yang dimaksud dengan kondisi persediaan air disini adalah, persediaan air dan kebersihan toilet di rumah sakit serta di ruang rawat inap sudah memadai.

4. Kebersihan ruangan dan kenyamanan ruangan dengan sirkulasi udara yang baik.

Kebersihan dan kenyamanan ruangan dengan sirkulasi udara yang baik merupakan salah satu hal yang sangat penting, karena faktor tersebut berkaitan dengan kenyamanan dan kepuasan konsumen.

5. Kelengkapan mebel dan fasilitas lainnya, sesuai dengan jenis kelas yang ditempati

Kelengkapan mebel dibedakan sesuai dengan jenis kelasnya, dilakukan guna memenuhi kepuasan konsumen.

6. Kelengkapan pertokoan dan apotek.

Faktor ini juga menjadi faktor pendukung lainnya. Sehingga konsumen tidak perlu repot dalam memenuhi kebutuhannya, karena semuanya sudah disediakan dengan lengkap.

7. Kondisi penerangan rumah sakit secara keseluruhan

Yang dimaksud disini adalah kondisi penerangan yang mencukupi, baik itu di dalam ruangan maupun lingkungan rumah sakit.

8. Tempat ibadah serta perlengkapan yang memadai

Yang dimaksud disini adalah kondisi tempat ibadah, apakah layak atau tidak. Serta kelengkapan fasilitasnya yang seharusnya ada.

9. Tempat parkir yang luas, aman dan nyaman bagi pengunjung

Yang dimaksud adalah area tempat parkir yang luas dan memadai. Ini bertujuan agar pengunjung merasa aman dan nyaman

10. Pelayanan bagian penerimaan pasien dilakukan dengan cepat dan tepat.

Merupakan bentuk wujud nyata dari misi pembangunan rumah sakit ini, yaitu

memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat.

11. Pelayanan penanganan pasien dilakukan dengan baik dan maksimal.

Agar apa yang pasien inginkan tercapai dengan maksimal, sehingga pasien merasa terpuaskan.

12. Pelayanan dokter, baik dokter umum maupun spesialis sesuai dengan harapan pasien.

Diharapkan pelayanan dokter dilakukan dengan baik, cepat dan tepat. Agar apa yang diinginkan pasien bisa tercapai. Sehingga apa yang diharapkan dengan yang diperoleh dapat terwujud.

13. Pelayanan bagian administrasi (keuangan) diberikan kemudahan.

Misalnya kepada pasien yang kurang mampu, sedangkan mereka membutuhkan pengobatan. Sehingga pihak rumah sakit memberikan kemudahan dan keringanan.

14. Pelayanan tenaga perawat yang ramah dan sopan

Ini akan menjadi hal yang sangat penting bagi pasien. Karena apabila perawat ramah serta sopan kepada pasien akan memberikan rasa nyaman kepada pasien itu sendiri.

15. Pelayanan medis kepada semua pasien tidak memandang status sosial

Ini jelas harus dilakukan, karena semua manusia itu sama, tanpa harus membedakan status sosial mereka.

16. RSI Ibnu Sina mampu memberikan kenyamanan kepada pasien ketika memberikan pelayanan medis.

17. Pelayanan medis yang diberikan kepada pasien tepat dan dapat dipertanggung jawabkan.

Sehingga apabila ada keluhan dari pasien, maka pihak rumah sakit selalu siap menangani dan mempertanggung jawabkan.

18. Memahami dan memperhatikan kebutuhan pasien.

Harus dilakukan , karena ini merupakan wujud dari pengabdian pihak rumah sakit agar konsumen merasa puas dalam menggunakan jasa rumah sakit ini.

19. Mampu berkomunikasi dengan baik kepada pasien

Yang dimaksudkan disini adalah agar para perawat dapat berkomunikasi dengan baik kepada para pasien, agar tidak terjadi miscommunication antara pasien dan perawat.

20. Memperhatikan menu makanan bagi mereka yang rawat inap.

21. Variasi menu yang disajikan kepada pasien, sesuai dengan jenis penyakit dan kelas ruang rawat inapnya.

C. Metode Pengumpulan Data

1. Metode interview (wawancara)

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada para responden, pada kasus ini yang bertindak selaku responden adalah pasien rawat inap rumah sakit Ibnu Sina Pasaman Barat, Sumatera Barat.

2. Metode kuesioner (angket)

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan sejumlah daftar pertanyaan secara sistematis kepada sejumlah responden yang diambil sebagai sample, yaitu mengenai harapan dan kinerja pelayanan RSI Ibnu Sina pasaman Barat yang selanjutnya dijadikan sebagai dasar pengukuran kepuasan konsumen.

Untuk menguji kesahihan butir pertanyaan dan kehandalan, digunakan uji realibilitas dan uji validitas.

a. Uji Validitas

Validitas adalah indeks yang menunjukkan tingkat kekuatan suatu alat pengukur tersebut benar-benar mengukur sesuatu yang perlu diukur. Cara mencari validitas adalah dengan menghitung korelasi antara skor item dengan skor total.

Perhitungan koefisien butir dan koefisien realibilitas dilakukan dengan menggunakan paket program SPSS. Perhitungan sah atau tidaknya suatu butir pertanyaan dilakukan dengan cara membandingkan korelasi butir pertanyaan dan korelasi kritis atau korelasi tabel.

b. Uji Realibilitas

Realibilitas adalah indeks yang menunjukkan tingkat kekuatan suatu alat pengukur yang dapat dipercaya dan diandalkan. Uji realibilitas ini dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran koefisien bila diujikan dua kali atau lebih, dengan gejala

yang sama dan dengan alat pengukur yang sama pula. Tinggi kekuatan ditunjukkan oleh indeks korelasi.

Pengujian realibilitas kuesioner dilakukan dengan membandingkan koefisien realitas (rtt) dengan koefisien realibilitas kritis.

Bentuk kuesioner untuk mengumpulkan data sebagai berikut:

Bagian I

Bagian ini berisi tentang karakteristik responden yang dapat dijadikan untuk mengukur kepuasan konsumen (pasien). Adapun rincian dari karakteristik konsumen tersebut meliputi :

1) Gender

Gender sering berpengaruh pada sikap seseorang terhadap objek

- Laki- laki
- Perempuan

2) Usia

Merupakan variable sosial ekonomi yang seringkali digunakan sebagai barometer tingkat kematangan dalam berfikir atau menentukan pilihan.

- Kurang dari 20 tahun
- 21 – 40 tahun
- Lebih dari 40 tahun.

3) Tingkat pendidikan

Adalah jenjang pendidikan terakhir yang diselesaikan oleh responden

- SMU kebawah
- SMU keatas.

4) Pendapatan rata-rata per bulan

Adalah besarnya pendapatan bersih yang diterima responden rata – rata tiap bulannya.

- Kurang dari 1.000.000,00
- Rp 1.000.000,00 – Rp 2.000.000,00
- Lebih dari Rp 2.000.000,00

5) Pekerjaan

Merupakan aktifitas utama yang dilakukan setiap hari oleh responden

- PNS / TNI / POLRI
- Pegawai swasta/ wiraswasta / petani
- Pelajar / mahasiswa
- Pensiunan / ibu rumah tangga.

Bagian II

Angket ini diedarkan dengan menggunakan bentuk angket tertutup, artinya pada setiap pertanyaan yang diajukan diberikan skor 1 untuk nilai terendah dan skor 4 untuk nilai tertinggi sebagai alternative jawaban, dengan kriteria: sangat tidak penting, tidak penting, penting, dan sangat penting.

Pada angket ini berisi tentang indikator harapan harapan dengan pertanyaan yang meliputi hal-hal sebagai berikut yang terdiri dari:

1. Tangible (bukti langsung)

- a. Peralatan medis yang ada di RSI Ibnu Sina lengkap dan modern.
- b. Fasilitas medis yang ada di RSI Ibnu Sina sudah baik dan lengkap.

- c. Kondisi persediaan air dan kebersihan toilet, baik di rumah sakit maupun di ruang rawat inap.
 - d. Kebersihan ruangan dan kenyamanan ruangan dengan sirkulasi udara yang baik.
 - e. Kelengkapan mebel dan fasilitas lainnya, sesuai dengan jenis kelas yang ditempati.
 - f. Kelengkapan pertokoan dan apotek.
 - g. Kondisi penerangan rumah sakit secara keseluruhan.
 - h. Tempat ibadah serta perlengkapan yang memadai.
 - i. Tempat parkir yang luas, aman dan nyaman bagi pengunjung
2. Realibility (kehandalan)
- a. Pelayanan bagian penerimaan pasien dilakukan dengan cepat dan tepat.
 - b. Pelayanan penanganan pasien dilakukan dengan baik dan maksimal.
 - c. Pelayanan dokter, baik dokter umum maupun spesialis sesuai dengan harapan pasien.
 - d. Pelayanan bagian administrasi (keuangan) diberikan kemudahan.
3. Responsiveness (daya tanggap)
- a. Pelayanan tenaga perawat yang ramah dan sopan
 - b. Pelayanan medis kepada semua pasien tidak memandang status sosial.

4. Assurance (jaminan)
 - a. Pelayanan bagian keuangan (administrasi) diberikan kemudahan.
 - b. RSI Ibnu Sina mampu memberikan kenyamanan kepada pasien ketika memberikan pelayanan medis.
 - c. Pelayanan medis yang diberikan kepada pasien tepat dan dapat dipertanggung jawabkan.
5. Emphaty
 - a. Memahami dan memperhatikan kebutuhan pasien.
 - b. Mampu berkomunikasi dengan baik kepada pasien
 - c. Memperhatikan menu makanan bagi mereka yang rawat inap.
 - d. Variasi menu yang disajikan kepada pasien, sesuai dengan jenis penyakit dan kelas ruang rawat inapnya.

Bagian III

Angket ini diedarkan dengan menggunakan bentuk angket tertutup, artinya pada setiap pertanyaan yang diajukan diberikan skor 1 untuk nilai terendah dan skor 4 untuk nilai tertinggi sebagai alternative jawaban, dengan kriteria: sangat tidak baik, tidak baik, baik, dan sangat baik. Pada angket ini berisi tentang indikator kinerja harapan dengan pertanyaan yang meliputi hal-hal sebagai berikut yang terdiri dari:

1. Tangible (bukti langsung)
 - a. Peralatan medis yang ada di RSI Ibnu Sina lengkap dan modern.
 - b. Fasilitas medis yang ada di RSI Ibnu Sina sudah baik dan lengkap.

- c. Kondisi persediaan air dan kebersihan toilet, baik di rumah sakit maupun di ruang rawat inap.
 - d. Kebersihan ruangan dan kenyamanan ruangan dengan sirkulasi udara yang baik.
 - e. Kelengkapan mebel dan fasilitas lainnya, sesuai dengan jenis kelas yang ditempati.
 - f. Kelengkapan pertokoan dan apotek.
 - g. Kondisi penerangan rumah sakit secara keseluruhan.
 - h. Tempat ibadah serta perlengkapan yang memadai.
 - i. Tempat parkir yang luas, aman dan nyaman bagi pengunjung
2. Realibility (kehandalan)
- a. Pelayanan bagian penerimaan pasien dilakukan dengan cepat dan tepat.
 - b. Pelayanan penanganan pasien dilakukan dengan baik dan maksimal.
 - c. Pelayanan dokter, baik dokter umum maupun spesialis sesuai dengan harapan pasien.
 - d. Pelayanan bagian administrasi (keuangan) diberikan kemudahan.
3. Responsiveness (daya tanggap)
- a. Pelayanan tenaga perawat yang ramah dan sopan
 - b. Pelayanan medis kepada semua pasien tidak memandang status sosial.

4. Assurance (jaminan)
 - a. Pelayanan bagian keuangan (administrasi) diberikan kemudahan.
 - b. RSI Ibnu Sina mampu memberikan kenyamanan kepada pasien ketika memberikan pelayanan medis.
 - c. Pelayanan medis yang diberikan kepada pasien tepat dan dapat dipertanggung jawabkan.
5. Emphaty
 - a. Memahami dan memperhatikan kebutuhan pasien.
 - b. Mampu berkomunikasi dengan baik kepada pasien
 - c. Memperhatikan menu makanan bagi mereka yang rawat inap.
 - d. Variasi menu yang disajikan kepada pasien, sesuai dengan jenis penyakit dan kelas ruang rawat inapnya.

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Adalah kesatuan individu atau subjek pada wilayah dan waktu tertentu yang akan diteliti. Populasi yang akan diteliti adalah pasien yang sedang rawat inap menurut jenis kelas rawat inap yang di tempati.

b. Sampel

Adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (jumlahnya lebih sedikit daripada jumlah populasinya).

Metode pengambilan sample yang digunakan adalah *Convenience Sampling*, yaitu peneliti menseleksi anggota populasi yang sudah melakukan rawat inap minimal dua hari untuk diperoleh informasi atau datanya, yaitu dengan cara mengambil sample dari populasi yang dapat ditemui pada saat rawat inap di rumah sakit Islam Ibnu Sina Pasaman Barat yang sekiranya dapat memiliki populasi.

Jumlah sample ditentukan dengan menggunakan rumus (Djarwanto P.S dan Subagyo, 1993 : 159)

$$n = 0.25 \left[\frac{Z^2 \alpha}{E} \right]^2$$

n = Banyaknya sample yang diduga

Z = batas Interval

α = taraf kesalahan dalam pengujian yang biasa digunakan

E = kesalahan maximum

Dasar penentuan sample dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ karena pada umumnya taraf kesalahan dalam pengujian statistic ditetapkan sebesar 5%.

Karena telah ditentukan $\alpha=5\%$, maka $Z_{1/2 \alpha} = 1,96$ (dari tabel Z).

Peneliti juga menetapkan tingkat kesalahan maksimum yang mungkin terjadi adalah tidak lebih dari 10% atau $E = 0,1$; jika taraf kesalahan lebih dari 10%, maka penyebaran angket tidak dapat diteruskan karena data yang akan diperoleh menjadi tidak valid. Dengan penetapan $E=10\%$ maka akan menjadikan tingkat kebenarannya adalah 0,9 atau 90%, sehingga akan menghasilkan data yang relative benar.

Dari data diatas, maka jumlah responden (pasien) yang akan diteliti untuk dimintai datanya sebanyak:

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

$$n = 96,04 \quad (\text{dibulatkan menjadi } 96)$$

Untuk memudahkan dalam perhitungan , maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 96 responden (pasien). Dan hal ini dianggap sudah mewakili populasi yang akan diteliti.

E. Metode Analisis Data

Proses analisis merupakan usaha untuk menemukan jawaban atas pertanyaan perihal rumusan–rumusan dan hal–hal yang diperoleh dalam proyek penelitian. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Analisis deskriptif

Analisis ini digunakan untuk menganalisa data dengan cara memberikan keterangan–keterangan dan penjelasan tentang objek yang dibahas. Keterangan dan penjelasan ini berupa presentasi tentang hal–hal yang ada hubungan dengan kepuasan konsumen terhadap atribut yang ditawarkan.

b. Analisis statistik

Analisis statistik yang digunakan adalah :

1. Analisis selisih, digunakan untuk mengetahui selisih antara kinerja dan harapan.

2. Uji peringkat bertanda Wilcoxon

Adalah salah satu perhitungan uji non parametric yang digunakan untuk membuktikan perbedaan dua sample yang berhubungan. Dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kepuasan yang dirasakan pengguna jasa rumah sakit islam Ibnu Sina Pasaman Barat.

Prosedur Pengujian Hipotesis

3. Menentukan hipotesis operasional

Ho = Tidak ada perbedaan antara hasil penilaian kinerja dengan harapanyang diterima konsumen setelah menggunakan jasa RSI ibnu Sina.

Ha = Rumusan dari hipotesis ini merupakan kebalikan dari rumusan hipotesis nihil (Ho) diatas.

4. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis

Tahap ini berkaitan dengan taraf atau kinerja signifikan dan pengujian hipotesis, sehingga suatu hipotesis (Ho atau Ha) dapat diterima atau ditolak. Dalam uji hipotesis penelitian ini dibatasi sampai taraf cukup signifikan ($p > 0,05$), ini berarti bahwa

= Ho diterima atau Ha ditolak, jika $P \geq 0,05$

= Ho ditolak atau Ha diterima, jika $P < 0,05$.

diterima atau ditolak. Dalam uji hipotesis penelitian lain dbatasi sampai taraf cukup signifikan ($p>0,05$) ini berarti bahwa:

Ho diterima atau Ha ditolak jika $p\geq 0,05$

Ho ditolak atau Ha diterima jika $p<0,05$.

3. Perhitungan

Tahap perhitungan ini dilakukan berdasarkan pada alat analisis yang digunakan, yaitu uji beda jenjang dari kruskal-w allis.

Sedangkan untuk lebih mempermudah hasil , maka kegiatan perhitungannya menggunakan fasilitas komputerisasi dengan menggunakan program SPSS

(Santoso.S, 2001:172)

4. Pengambilan kesimpulan.

F. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah

- a. Tidak ada perbedaan antara antara hasil penilaian kinerja dan harapan yang diterima konsumen setelah menggunakan jasa rumah sakit islam ibnu sina pasaman barat, sumatera barat.
- b. Tidak ada perbedaan tingkat kepuasan pengguna jasa rumah sakit islam Ibnu Sina pasaman barat, sumatera barat berdasarkan karakteristik konsumen

5. Perhitungan

Tahap perhitungan ini dilakukan berdasarkan pada alat-alat analisis yang digunakan, yaitu uji peringkat bertanda wil coxon. Sedangkan untuk mempermudah memperoleh hasil, maka kegiatan perhitungannya mempergunakan fasilitas komputerisasi dengan program SPSS. (Santossa.S 2001:143).

6. Pengambilan Kesimpulan.

c. Uji beda jenjang dari Kruskal-Wallis.

Teknik ini salah satu jenis perhitungan uji non parametric yang digunakan untuk menentukan adanya perbedaan antara kelompok amatan, misalnya jenis kelamin, usia, pendapatan rata-rata perbulan, dan pekerjaan. Dengan ini nilai kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini analisis Kruskal-wallis digunakan untuk mengetahui kepuasan konsumen (pasien) berdasarkan karakteristik konsumen.

Prosedur pengujian hipotesis:

1. Menentukan hipotesis operasional

H_0 = Tidak ada perbedaan tingkat kepuasan pengguna jasa RSI Ibnu sina pasaman Barat berdasarkan karakteristik konsumen.

H_a = Rumusan dari hipotesis ini merupakan kebalikan dari rumusan hipotesis nihil (H_0) diatas.

2. Menentukan kriteria penerimaan dan pendakan hipotesis.

Tahap ini berkaitan dengan taraf atau kinerja signifikan denagan pengujian hipotesis, sehingga suatu hipotesis (H_0 atau H_a) dapat

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menetapkan kepuasan konsumen setelah menerima jasa pelayanan Rumah Sakit Ibnu Sina serta menetapkan perbedaan tingkat kepuasan pengguna jasa Rumah Sakit Ibnu Sina berdasarkan karakteristik konsumen yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan rata-rata perbulan dan pekerjaan konsumen.

Subyek penelitian ini adalah pasien yang sedang rawat inap menurut jenis kelas rawat inap yang ditempatkan di Rumah Sakit Ibnu Sina Pasaman Barat, Sumatera Barat. Sedang obyek penelitiannya adalah kinerja, dan harapan konsumen yang sedang menjani rawat inap tersebut. Dengan cara ini pihak pada Rumah Sakit Ibnu Sina dapat melihat komponen mana saja yang harus ditingkatkan pelayanannya sehingga sesuai dengan harapan konsumen. Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut untuk menjawab seluruh permasalahan penelitian ini, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas, untuk membuktikan bahwa kuesioner sebagai instrumen penelitian ini telah dinyatakan valid dan reliabel.

A. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana ketepatan suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah korelasi Pearson Product Moment. Instrumen

pengukuran dikatakan memiliki validitas yang tinggi, apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur yang sesuai dengan maksud dilakukan pengukuran tersebut. Secara statistik, angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai r . Untuk taraf signifikansi 0,05 dengan jumlah responden sebanyak 96 orang sebagai data penelitian maka angka kritiknya adalah 0,2006. Hasil Uji Validitas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Dimensi	Item	r xy		r tabel	Keterangan
		Kinerja	Harapan		
Tangibles	P1	0.3661	0.5268	0.2006	Valid
	P2	0.2615	0.4623	0.2006	Valid
	P3	0.4800	0.4764	0.2006	Valid
	P4	0.5091	0.3824	0.2006	Valid
	P5	0.3086	0.4402	0.2006	Valid
	P6	0.3160	0.3193	0.2006	Valid
	P7	0.3220	0.5264	0.2006	Valid
	P8	0.3902	0.5101	0.2006	Valid
	P9	0.3247	0.4854	0.2006	Valid
Reliability	P10	0.4739	0.4409	0.2006	Valid
	P11	0.5393	0.5200	0.2006	Valid
	P12	0.4548	0.4247	0.2006	Valid
Responsiveness	P13	0.2639	0.5947	0.2006	Valid
	P14	0.2638	0.2883	0.2006	Valid
Assurance	P15	0.4091	0.4737	0.2006	Valid
	P16	0.2775	0.4336	0.2006	Valid
	P17	0.3360	0.4539	0.2006	Valid
Emphaty	P18	0.2346	0.4364	0.2006	Valid
	P19	0.3207	0.3005	0.2006	Valid
	P20	0.4510	0.4277	0.2006	Valid
	P21	0.3214	0.3285	0.2006	Valid
	P22	0.3661	0.5268	0.2006	Valid

Keterangan : Valid r hitung $>$ r tabel

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang terdiri dari masing-masing 21 butir kinerja dan harapan pada Rumah Sakit Ibnu Sina Sumatra Barat dapat dinyatakan valid, karena r hitung lebih besar dari r Tabel. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur data secara tepat

2. Uji Reliabilitas

Dalam pengujian ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Program SPSS 11.5 *for windows* memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α) > 0,6 (Nunnally dalam Ghozali, 2001)

Hasil uji reliabilitas pertanyaan tentang variabel-variabel penelitian, dapat diringkas sebagaimana yang tersaji dalam Tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 4.2

Hasil Pengujian Reliabilitas

Penilaian	Koefisien Alpha Cronbach	Nilai r tabel	Keterangan
Kinerja	0,8016	0,6	Handal
Harapan	0,8585	0,6	Handal

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam Tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha baik pertanyaan kinerja maupun harapan lebih besar dari nilai kritis (0,6).

Dengan mengacu pada pendapat diatas, maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

2.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan karakteristik konsumen Rumah Sakit Ibnu Sina berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan, pendapatan dan pekerjaan. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam menyikapi suatu jasa rumah sakit, hal ini berkaitan dengan tingkat kepentingan masing-masing jenis kelamin. Dari hasil angket yang telah disebarakan diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 4.3

Tabel 4.3
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	59	61.5%
Perempuan	37	38.5%
Jumlah	96	100%

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 38,5 persen responden berjenis kelamin perempuan dan 61,5 persen responden berjenis kelamin laki-laki. Kenyataan ini menunjukkan bahwa konsumen yang menggunakan jasa Rumah Sakit Ibnu Sina di

Pasaman Barat, Sumatera Barat mayoritas adalah berjenis kelamin laki-laki, karena kaum laki-laki memiliki resiko kesehatan yang lebih besar dibandingkan dengan kaum wanita. Hal ini disebabkan karena aktivitas kaum laki-laki lebih banyak dibandingkan wanita, sehingga risiko terhadap kesehatannya lebih besar.

2. Usia Responden

Usia responden merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rumah Sakit Ibnu Sina di Pasaman Barat, Sumatera Barat karena berkaitan dengan jenis penyakit yang dideritanya. Semakin tua seseorang semakin rentan terhadap gangguan kesehatan atau semakin mudah terkena penyakit, dan biasanya penyakit-penyakit yang diderita pada kelompok usia yang lebih tua adalah penyakit dalam seperti ginjal, paru-paru, jantung, leaver, dan lain sebagainya. Tabel 4.4 menunjukkan tingkat pendidikan responden.

Tabel 4.4
Usia Responden

Usia Responden	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	8	8.3%
20 - 40 tahun	36	37.5%
> 40 tahun	52	54.2%
Total	96	100.0%

Sumber : Lampiran 3

Dari Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa usia konsumen Rumah Sakit Ibnu Sina di Pasaman Barat, Sumatera Barat adalah berusia lebih dari 30 tahun yaitu sebanyak 54 orang atau 54%.

Sedangkan responden yang berusia antara 20 – 30 tahun sebanyak 38 orang atau 38% dan selebihnya adalah responden yang berusia kurang dari 30 tahun yaitu sebanyak 8 orang atau 8%.

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen rawat inap di Rumah Sakit Ibnu Sina adalah berusia tua. Hal ini disebabkan karena semakin tua seseorang maka semakin besar kemungkinannya akan terkena penyakit, sehingga kelompok ini memiliki tingkat kebutuhan yang tinggi terhadap jasa rumah sakit.

3. Pendidikan

Pendidikan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada jasa perbankan karena kemampuan berfikir akan mempengaruhi perilaku seseorang. Tabel 4.5 menunjukkan tingkat pendidikan responden.

Tabel 4.5
Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
< SMU	38	39.6%
SMU ke atas	58	60.4%
Total	96	100.0%

Sumber : Lampiran 3

Dari Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden mayoritas berpendidikan terakhir SMU keatas yaitu sebesar 60,4 persen (58 orang). Distribusi tingkat pendidikan yang lain adalah berpendidikan terakhir yaitu SMU kebawah yaitu sebesar 39,6 persen atau 38 orang.

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang menggunakan jasa di Rumah Sakit Ibnu Sina merupakan responden yang telah memiliki tingkat pendidikan tinggi. Hal ini berarti penilaian yang diberikan oleh konsumen terhadap kualitas pelayanan Rumah Sakit Ibnu Sina lebih representatif karena responden telah memiliki tingkat pendidikan yang tinggi.

4. Tingkat Pendapatan Rata-rata Perbulan

Tingkat pendapatan konsumen dapat menentukan keputusannya dalam memilih rumah sakit sebagai tempat berobat. Konsumen yang berpenghasilan tinggi cenderung memilih rumah sakit dengan fasilitas, dan telah memiliki kredibilitas yang tinggi dengan menempatkan biaya sebagai prioritas kedua, sedangkan bagi kalangan yang berpenghasilan rendah cenderung memilih jenis rumah sakit dengan biaya murah. Tabel 4.6 menunjukkan tingkat penghasilan responden.

Tabel 4.6
Pendapatan Rata-rata Perbulan

Penghasilan	Jumlah	Persentase
< Rp.1.000.000	24	25.0%
Rp.1.000.000 - 2.000.000	35	36.5%
> Rp.2.000.000	37	38.5%
Jumlah	96	100.0%

Sumber : Lampiran 3

Dari data di atas menunjukkan bahwa responden yang menjadi pasien Rumah Sakit Ibnu Sina di Pasaman Barat, Sumatera Barat mayoritas berpenghasilan lebih dari Rp.2.000.000

yaitu sebanyak 37 orang atau 38,5%. Sedangkan responden yang berpendapatan antara Rp.1.000.000 - 2.000.000 sebanyak 35 orang atau 36,5%, dan responden yang berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000 sebanyak 24 orang atau 25%.

Kenyataan menunjukkan bahwa mayoritas pasien Rumah Sakit Ibnu Sina di Pasaman Barat, Sumatera Barat adalah berpendapatan menengah keatas. Hal ini disebabkan karena rumah sakit ini merupakan rumah sakit swasta yang mengedepankan kualitas pelayanan, sehingga tentunya biaya / tarifnya cukup mahal dibandingkan dengan rumah sakit negeri atau milik pemerintah.

5. Pekerjaan konsumen

Pekerjaan konsumen merupakan faktor yang dapat menentukan kepuasan konsumen dalam memilih Rumah Sakit Ibnu Sina di Pasaman Barat, Sumatera Barat. Hal ini disebabkan karena aktivitas pada pekerjaan tersebut, yang menuntut pelayanan rumah sakit yang cepat dan tepat. Tabel 4.7 menunjukkan pekerjaan konsumen.

Tabel 4.7
Jenis Pekerjaan Konsumen

Status	Jumlah	Persentase
PNS/TNI/POLRI	22	22.9%
Peg.swasta / wiraswasta/petani	36	37.5%
Pelajar / Mhs	16	16.7%
Pensiunan/Ibu Rumah Tangga	22	22.9%
Total	96	100.0%

Sumber: Lampiran 3

Dari Tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa pekerjaan responden mayoritas adalah wiraswasta/pegawai swasta / petani, yaitu sebanyak 36 orang (37,5%). Sedangkan distribusi jenis pekerjaan yang lain yaitu pegawai negeri / TNI/Polri yaitu sebesar 22 orang (22,9%), pensiunan / ibu rumah tangga yaitu sebanyak 22 orang atau 22,9%, dan pelajar / mahasiswa sebanyak 16 orang atau 16,7%.

Hal ini disebabkan karena di daerah Pasaman Barat, Sumatera Barat sangat tumbuh pesat para pengusaha atau orang yang berwiraswasta, sehingga kelompok responden ini lebih mendominasi. Selain itu kelompok responden ini juga memiliki aktivitas yang tinggi, sehingga kebutuhan rumah sakit sebagai sarana untuk mengontrol kesehatan atau untuk pengobatan terhadap suatu penyakit pada responden ini tergolong tinggi.

2.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yaitu analisis data yang berdasarkan pada perhitungan obyektif dan dibuktikan secara statistik. Analisis data ini meliputi analisis selisih (gap), uji bertanda Wilcoxon, dan Analisis Kruskal Wallis.

1. Analisis Gap dan Uji Bertanda Wilcoxon

Analisis Wilcoxon digunakan untuk mengetahui perbedaan antara kinerja dan harapan yang diterima konsumen setelah menggunakan jasa rumah sakit Ibnu Sina

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil seperti ditampilkan pada Tabel 4.8. Untuk menginterpretasikan tingkat kepuasan konsumen dihitung dengan interval gap terbesar dan terkecil yaitu :

$$\text{Nilai Gap tertinggi} : 4 - 1 = 3$$

$$\text{Nilai Gap terendah} : 1 - 4 = -3$$

$$\text{Interval} = \frac{3 - (-3)}{4} = 1,5$$

Sehingga dapat ditentukan kriteria :

Jika Gap bernilai -3 s/d -1,51 : Sangat tidak puas

Jika Gap bernilai -1,5 s/d <-0,01 : Tidak puas

Jika Gap bernilai 0 s/d <1,5 : Puas

Jika Gap bernilai 1,5 s/d 3 : Sangat Puas



Hasil perhitungan tingkat kepuasan dapat ditunjukkan pada Tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8
Hasil Pengujian Wicoxon Rank Test

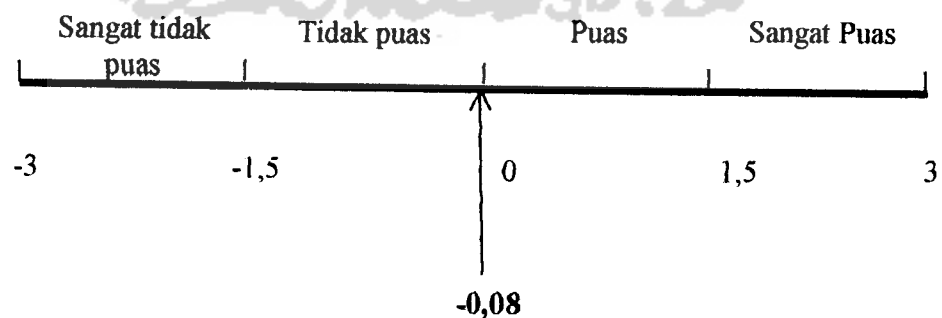
No	Atribut yang Dipertimbangkan	Kinerja	Harapan	Gap	Kriteria	Urutan	P.value	Ket
1	Perlitan medis yang lengkap dan modern	3.27	3.12	0.15	P	4	0.055	T.Sig
2	Fasilitas medis yang baik	2.86	3.08	-0.22	TP	15	0.014	Sig
3	Kebersihan toilet	3.27	3.1	0.17	P	3	0.032	Sig
4	Kenyamanan ruangan	3.22	3.43	-0.21	TP	14	0.001	Sig
5	Kelengkapan mebel	2.81	3.18	-0.37	TP	19	0.000	Sig
6	Kelengkapan apotik	2.84	3.25	-0.41	TP	20	0.000	Sig
7	Penerangan rumah sakit	3.04	3.19	-0.15	TP	13	0.173	T.Sig
8	Tempat ibadah	3.3	3.2	0.1	P	6	0.241	T.Sig
9	Tempat parkir yang luas	2.89	3.17	-0.28	TP	18	0.002	Sig
10	Pelayanan penerimaan pasien yang cepat	2.86	2.91	-0.05	TP	10	0.600	T.Sig
11	Pelayanan penanganan pasien yang baik	3.34	3.26	0.08	P	7	0.355	T.Sig
12	Pelayanan dokter	3.41	3.18	0.23	P	1	0.018	Sig
13	Pelayanan tenaga perawat yang ramah	3.18	3.24	-0.06	TP	11	0.481	T.Sig
14	Pelayanan medis tidak memandang status sosial	2.63	2.89	-0.26	TP	16	0.016	Sig
15	Pelayanan bagian keuangan yang mudah	2.75	3.19	-0.44	TP	21	0.000	Sig
16	Memberikan kenyamanan kepada pasien	3.11	3.17	-0.06	TP	12	0.457	T.Sig
17	Pelayanan yang tepat	3.28	3.26	0.02	P	8	0.845	T.Sig
18	Memahami kebutuhan pasien	3.06	3.09	-0.03	TP	9	0.849	T.Sig
19	Mampu berkomunikasi baik dengan pasien	3.07	2.95	0.12	P	5	0.247	T.Sig
20	Memperhatikan menu makanan	2.85	3.12	-0.27	TP	17	0.008	Sig
21	Menu makanan sesuai dengan jenis penyakit	3.17	2.96	0.21	P	2	0.029	Sig
	Keseluruhan Kualitas Pelayanan	3.06	3.14	-0.08	TP		0.000	Sig

Keterangan : TP : Tidak puas ; P: Puas

Dari Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa penilaian responden dari kinerja, atribut Pelayanan dokter merupakan atribut yang dinilai paling tinggi oleh responden dengan skor 3,41 artinya bahwa konsumen merasa rumah sakit ini telah menggunakan

tenaga-tenaga dokter yang handal baik dokter umum maupun dokter spesialis, sehingga mampu memberikan solusi dan pengobatan sesuai harapan konsumen. Sedangkan dari harapan responden atribut Kenyamanan ruangan yaitu sebesar 3,43 artinya bahwa harapan konsumen tertinggi adalah kebersihan dan kenyamanan ruangan ketika sedang melakukan rawat inap di Rumah Sakit Ibnu Sina. Hal ini memang sangat dipentingkan oleh konsumen mengingat mereka mayoritas telah berusia lebih tua, sehingga membutuhkan suasana ruangan yang nyaman, dan bersih agar dalam proses pengobatan ini akan cepat sembuh. Hal ini terlihat dari rata-rata skor atas atribut tersebut yang harapannya paling tinggi diantara atribut yang lain.

Hasil analisis kepuasan seperti pada Tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa rata-rata gap sebesar -0,08. Nilai ini termasuk dalam kategori tidak puas. Hal ini karena nilai gap ini berada pada rentang -1,5 sampai dengan -0,01. Untuk memperjelas kesimpulan ini dapat dilihat pada tabel berikut :



Gambar 4.1.

Tingkat Kepuasan Konsumen.

Secara parsial jika ditinjau dari besarnya gap, atribut Pelayanan dokter mempunyai nilai gap terbesar yaitu sebesar 0,23, artinya kepuasan yang diperoleh konsumen tertinggi dirasakan pada atribut Pelayanan dokter. Selanjutnya secara berurutan diikuti oleh atribut Menu makanan sesuai dengan jenis penyakit, desain kemasan menarik, Kenyamanan ruangan, Mampu berkomunikasi baik dengan pasien, Tempat ibadah, Pelayanan penanganan pasien yang baik, Pelayanan yang tepat, (gap positif), Memahami kebutuhan pasien, Pelayanan penerimaan pasien yang cepat, Pelayanan tenaga perawat yang ramah, Memberikan kenyamanan kepada pasien, Penerangan rumah sakit, Kenyamanan ruangan, Fasilitas medis yang baik, Pelayanan medis tidak memandang status sosial, Memperhatikan menu makanan, Tempat parkir yang luas, Kenyamanan ruangan, Kelengkapan mebel dan Pelayanan bagian keuangan yang mudah.

Berdasarkan Tabel 4.8 maka dapat dijelaskan bahwa atribut yang terjadi perbedaan signifikan antara harapan dengan kinerja yang diberikan oleh Rumah Sakit Ibnu Sina yaitu Fasilitas medis yang baik, desain kemasan menarik, Kenyamanan ruangan, Kelengkapan mebel, Kelengkapan apotik, Tempat parkir yang luas, Pelayanan dokter, Pelayanan medis tidak memandang status sosial, Pelayanan bagian keuangan yang mudah, Memperhatikan menu makanan, dan Menu makanan sesuai dengan jenis penyakit. Hal ini

dibuktikan dengan probabilitas pada kesebelas atribut tersebut dibawah taraf signifikansi 0,05.

Adanya perbedaan yang signifikan dengan gap negatif menunjukkan bahwa konsumen tidak merasa puas karena masih adanya perbedaan yang signifikan antara kinerja dengan harapan konsumen, yang secara signifikan belum terpenuhi. Namun untuk nilai gap positif signifikan, menunjukkan bahwa harapan konsumen jauh diatas nilai kinerja sehingga konsumen telah merasa puas.

Sementara dari hasil yang lain untuk atribut Perlatan medis yang lengkap dan modern, Penerangan rumah sakit, Tempat ibadah, Pelayanan penerimaan pasien yang cepat, Pelayanan penanganan pasien yang baik, Pelayanan tenaga perawat yang ramah, Memberikan kenyamanan kepada pasien, Pelayanan yang tepat, Memahami kebutuhan pasien dan Mampu berkomunikasi baik dengan pasien tidak terjadi perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan yang diterima oleh konsumen setelah menggunakan jasa Rumah Sakit Ibnu Sina. Hasil ini dibuktikan dengan nilai probabilitas pada kesepuluh atribut tersebut di atas taraf signifikansi yang ditolerir 0,05. Artinya kesepuluh atribut tersebut telah mampu memberikan kepuasan bagi konsumen, karena harapan konsumen telah terpenuhi, dengan ditunjukkan tidak adanya perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan.

Dari seluruh hasil Uji Wilcoxon Signed Rank Test diatas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar atribut pada Rumah Sakit Ibnu Sina masih perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan. Hal ini didukung dengan hasil pada total pelayanan yang menunjukkan ada perbedaan yang signifikan dengan gap total sebesar -0,08 dan probabilitas sebesar 0,000. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan “Tidak ada perbedaan antara hasil penilaian kinerja dan harapan yang diterima konsumen setelah menggunakan jasa PT. Rumah Sakit Ibnu Sina” **tidak dapat diterima.**

2. Analisis Kruskal Wallis

Hipotesis kedua menyatakan tidak ada perbedaan terhadap kepuasan konsumen pada jasa Rumah Sakit Ibnu Sina berdasarkan karakteristik konsumen. Untuk menjawab hipotesis kedua digunakan alat analisis yaitu uji Kruskal Wallis Test. Keputusan dalam menerima atau menolak H_0 dilakukan dengan membandingkan probabilitas dengan batas tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$). Jika probabilitas kesalahan lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima. Dalam pengujian ini hanya dilakukan pada atribut-atribut yang terbukti secara signifikan dalam pengujian wilcoxon diatas. Hasil analisis Kruskal Wallis dapat ditunjukkan pada Tabel 4.9.

Tabel 4.8
Hasil Uji Kruskal Wallis Pada Kepuasan Konsumen Rumah Sakit Ibnu Sina Berdasarkan Karakteristik Responden

ATRIBUT	Jenis Kelamin		USia			Pendidikan		Pendapatan			Pekerjaan								
	Pria	Wanita	Signifikansi	< 20 tahun	20 - 40 tahun	> 40 th	Signifikansi	SMU keatas	Signifikansi	< Rp1 juta	Rp.1-2 juta	> Rp.2 juta	Signifikansi	PNS/ABRI	Peg. Swasta	Pelajar / Mhs	Purnawirawan/Ibu RT	Signifikansi	
																			NS
Fasilitas medis yang baik	-0.24	-0.22	NS	0.38	-0.25	-0.19	NS	-0.24	-0.22	NS	-0.33	-0.26	-0.14	NS	0.18	0.33	0.25	0.09	NS
Kebersihan toilet	0.19	0.16	NS	0.38	0.17	0.15	NS	0.08	0.24	NS	0.33	0.03	0.22	NS	0.14	0.14	0.44	0.36	NS
Kenyamanan ruangan	-0.10	-0.41	Sig	0.63	-0.19	-0.17	NS	-0.45	-0.07	Sig	-0.38	-0.09	-0.24	NS	0.36	0.14	0.50	0.00	NS
Kelengkapan mebel	-0.31	-0.51	NS	1.13	-0.31	-0.33	NS	-0.63	-0.22	Sig	-0.42	-0.34	-0.41	NS	0.55	0.31	0.69	0.14	NS
Kelengkapan apotik	-0.41	-0.46	NS	0.00	-0.50	-0.44	NS	-0.24	-0.55	Sig	-0.13	-0.40	-0.65	Sig	0.27	0.53	0.13	0.64	NS
Tempat parkir yang luas	-0.34	-0.22	NS	0.13	-0.36	-0.31	NS	-0.18	-0.36	NS	-0.17	-0.29	-0.38	NS	0.14	0.39	0.31	0.27	NS
Pelayanan dokter	0.31	0.14	NS	0.13	0.33	0.19	NS	0.34	0.17	NS	0.58	0.20	0.05	NS	0.32	0.11	0.44	0.23	NS
Pelayanan medis tidak memandang status sosial	-0.25	-0.30	NS	0.63	-0.33	-0.17	NS	-0.39	-0.19	NS	-0.50	-0.43	0.03	NS	0.41	0.06	0.38	0.41	NS
Pelayanan bagian keuangan yang mudah	-0.44	-0.49	NS	0.25	-0.44	-0.50	NS	-0.34	-0.53	NS	-0.50	-0.37	-0.51	NS	0.18	0.56	0.50	0.55	NS
Memperhatikan menu makanan	-0.22	-0.38	NS	0.63	-0.39	-0.15	NS	-0.45	-0.17	NS	-0.38	-0.31	-0.19	NS	0.14	0.36	0.81	0.09	Sig
Menu makanan sesuai dengan jenis penyakit	0.14	0.35	NS	0.25	0.06	0.33	NS	0.16	0.26	NS	0.00	0.14	0.43	NS	0.18	0.44	0.13	0.05	NS

Sumber : Lampiran 6

a. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test dapat ditunjukkan pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa kelompok konsumen Rumah Sakit Ibnu Sina, menunjukkan bahwa kelompok pria memperoleh kepuasan tertinggi pada atribut pelayanan dokter dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,31 dan kepuasan terendah dicapai oleh konsumen pria pada atribut pelayanan bagian keuangan yang mudah dengan rata-rata kepuasan sebesar -0,44. Sehingga kecenderungan pada pria lebih menitikberatkan pada atribut pelayanan dokter.

Sedangkan untuk responden wanita, kepuasan tertinggi terjadi pada atribut menu makanan sesuai dengan jenis penyakit dengan besarnya kepuasan sebesar 0,35. Sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut kelengkapan mebel (-0,51). Dengan demikian kecenderungan wanita memperoleh kepuasan pada atribut menu makanan sesuai dengan jenis penyakit.

Dari hasil Uji signifikansi menunjukkan bahwa ada perbedaan kepuasan yang signifikan terhadap kenyamanan. Hal ini ditunjukkan dengan angka probabilitas lebih kecil dari 0,05. Hasil ini berarti konsumen yang berjenis kelamin pria memiliki kepuasan yang berbeda dengan konsumen yang berjenis kelamin wanita dalam hal kenyamanan ruangan. Sedangkan untuk atribut yang lain tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Dengan demikian sebagian besar hasil uji signifikansi ini telah mendukung hipotesis kedua yang menyatakan "Tidak ada perbedaan

terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Sakit Ibnu Sina berdasarkan Karakteristik Konsumen”.

b. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Usia

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa kelompok responden dibawah 20 tahun telah memperoleh kepuasan tertinggi pada atribut kebersihan toilet dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,38 dan kepuasan terendah terjadi pada atribut pelayanan medis tidak memandang status sosial dengan rata-rata kepuasan sebesar -0,63. Sehingga kecenderungan kelompok responden dibawah 20 tahun dalam memperoleh kepuasan terhadap atribut kebersihan toilet.

Sedangkan responden yang berusia antara 20 - 40 tahun dengan kepuasan tertinggi terjadi pada atribut pelayanan dokter (0,33) dan kepuasan terendah terjadi pada atribut kelengkapan apotik (-0,50). Dengan demikian kelompok responden yang berusia antara 20 - 40 tahun memiliki kecenderungan dalam memperoleh kepuasan terhadap atribut pelayanan dokter.

Responden usia lebih dari 40 tahun kepuasan konsumen tertinggi terjadi pada atribut menu makanan sesuai dengan jenis penyakit dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,33, sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut pelayanan bagian keuangan yang mudah (-0,50). Hal ini berarti kecenderungan kelompok konsumen yang berusia lebih dari 40 tahun memperoleh kepuasan terhadap atribut menu makanan sesuai dengan jenis penyakit.

Dari hasil Uji signifikansi menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan kepuasan yang signifikan terhadap atribut seluruh atribut Rumah Sakit Ibnu Sina. Dengan demikian hasil uji signifikansi ini telah mendukung hipotesis kedua yang menyatakan “Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Rumah Sakit Ibnu Sina berdasarkan karakteristik konsumen”.

c. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa kelompok konsumen Rumah Sakit Ibnu Sina berdasarkan tingkat pendidikan, dibagi menjadi 2 kategori yaitu tingkat pendidikan SMU kebawah, dan kelompok di atas SMU. Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa responden yang berpendidikan di bawah SMU telah mendapatkan kepuasan tertinggi pada atribut pelayanan dokter dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,34. Sedangkan kepuasan terendahnya terjadi pada atribut kelengkapan mebel dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,63. Dengan demikian kecenderungan kelompok konsumen yang berpendidikan dibawah SMU dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut pelayanan dokter.

Untuk kelompok responden yang berpendidikan di atas SMU menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tertinggi terjadi pada atribut menu makanan sesuai dengan jenis penyakit dengan rata-rata sebesar 0,26 sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut kelengkapan apotik. Dengan demikian kecenderungan responden yang berpendidikan di atas

SMU dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut menu makanan yang sesuai dengan jenis penyakit.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa kepuasan konsumen Rumah Sakit Ibnu Sina berdasarkan tingkat pendidikan terjadi perbedaan yang signifikan pada atribut kenyamanan ruangan, kelengkapan mebel dan kelengkapan apotik. Hasil juga menunjukkan bahwa semakin rendah tingkat pendidikan seseorang semakin tidak puas terhadap atribut kenyamanan ruangan dan kelengkapan mebel sedangkan untuk kelengkapan apotik akan semakin tidak puas untuk kelompok yang berpendidikan di atas SMU. Sedangkan untuk atribut yang lain tidak terjadi perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen antara yang berpendidikan kurang dari SMU dengan SMU keatas. Dengan demikian hasil uji signifikansi telah mendukung hipotesis kedua yang menyatakan “Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Rumah Sakit Ibnu Sina berdasar karakteristik konsumen”.

d. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa kelompok konsumen Rumah Sakit Ibnu Sina berdasarkan tingkat pendapatan, yang dibagi menjadi 3 kategori yaitu tingkat pendapatan kurang Rp.1.000.000, pendapatan antara Rp.1.000.000-Rp.2.000.000, dan pendapatan lebih dari Rp.2.000.000. Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa responden yang berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000 telah mendapatkan kepuasan tertinggi pada atribut

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa terjadi perbedaan yang signifikan pada atribut kelengkapan apotik berdasarkan tingkat pendapatan konsumen. Hasil juga menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatannya, semakin rendah tingkat kepuasan yang diperoleh pada atribut tersebut. Sedangkan untuk atribut yang lain tidak terdapat perbedaan secara signifikan kepuasan konsumen berdasarkan tingkat pendapatan konsumen pada Rumah Sakit Ibnu Sina. Dengan demikian hasil uji signifikansi telah mendukung hipotesis kedua yang menyatakan “Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Rumah Sakit Ibnu Sina berdasar karakteristik konsumen”

e. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa kelompok konsumen Rumah Sakit Ibnu Sina berdasarkan jenis pekerjaan, yang terdiri dari PNS/TNI/Polri, Pegawai swasta/wiraswasta, pelajar / mahasiswa dan pensiunan/ibu rumah tangga/petani. Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa kelompok PNS/TNI/Polri telah mendapatkan kepuasan tertinggi pada atribut pelayanan dokter dengan rata-rata tertinggi yaitu sebesar 0,32, sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut kelengkapan mebel dengan rata-rata masing – masing sebesar -0,55. Dengan demikian kecenderungan kelompok PNS/TNI/Polri dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut pelayanan dokter.

Pada kelompok pegawai swasta/Wiraswasta menunjukkan bahwa kelompok ini telah merasakan kepuasan tertinggi pada atribut menu makanan sesuai dengan jenis penyakit dengan rata-rata kepuasan tertinggi yaitu 0,44. Sedangkan atribut kelengkapan apotik memberikan kepuasan terendah dengan gap terkecil $-0,53$. Dengan demikian kecenderungan kelompok konsumen yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta/wiraswasta memperoleh kepuasan pada atribut Menu makanan sesuai dengan jenis penyakit.

Untuk kelompok pelajar/mahasiswa menunjukkan bahwa kelompok ini telah merasakan kepuasan tertinggi pada atribut kebersihan toilet dan pelayanan dokter dengan rata-rata masing – masing kepuasan sebesar 0,44. Sedangkan atribut kelegkapan mebel memberikan kepuasan terendah dengan gap terkecil $-0,69$. Dengan demikian kecenderungan kelompok konsumen yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa memperoleh kepuasan pada atribut kebersihan toilet dan pelayanan dokter.

Pada kelompok pensiunan, ibu rumah tangga dan petani, kepuasan tertinggi diperoleh pada atribut kebersihan toilet dengan rata-rata kepuasan tertinggi yaitu sebesar 0,36. Sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut kelengkapan apotik dengan rata-rata kepuasan terendah yaitu sebesar $-0,64$. Dengan demikian kecenderungan kelompok konsumen yang memiliki pekerjaan sebagai pensiunan, ibu rumah tangga dan petani dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut kebersihan toilet.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa kepuasan konsumen Rumah Sakit Ibnu Sina berdasarkan jenis pekerjaan terdapat perbedaan yang signifikan pada atribut Memperhatikan menu makanan. Artinya antara kelompok jenis pekerjaan yang satu dengan yang lain kepuasan yang dirasakan pada atribut memperhatikan menu makanan berbeda secara signifikan. Dimana kelompok pegawai swasta memiliki kepuasan terendah dan kepuasan tertinggi terjadi pada kelompok Ibu rumah tangga/pensiunan/petani. Sedangkan pada atribut yang lain tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Dengan demikian hasil uji signifikansi sebagian besar telah mendukung hipotesis kedua yang menyatakan “Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Rumah Sakit Ibnu Sina berdasar karakteristik konsumen”.

3. Pembahasan dan Implikasi

Dari hasil analisis Wilcoxon diketahui bahwa beberapa atribut pada Rumah Sakit Ibnu Sina tidak terjadi perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan. Atribut-atribut tersebut adalah Peralatan medis yang lengkap dan modern, Penerangan rumah sakit, Tempat ibadah, Pelayanan penerimaan pasien yang cepat, Pelayanan penanganan pasien yang baik, Pelayanan tenaga perawat yang ramah, Memberikan kenyamanan kepada pasien, Pelayanan yang tepat, Memahami kebutuhan pasien dan Mampu berkomunikasi baik dengan pasien. Artinya kesepuluh atribut tersebut telah memberikan kepuasan bagi konsumen pada Rumah Sakit Ibnu Sina. Kepuasan konsumen juga terjadi pada atribut desain kemasan menarik, Pelayanan dokter, dan Menu makanan

sesuai dengan jenis penyakit. Hal ini karena ketiga atribut tersebut memiliki nilai gap yang positif walaupun.

Sementara untuk kedelapan atribut lainnya yaitu atribut Fasilitas medis yang baik, Kenyamanan ruangan, Kelengkapan mebel, Kelengkapan apotik, Tempat parkir yang luas, Pelayanan medis tidak memandang status sosial, Pelayanan bagian keuangan yang mudah dan Memperhatikan menu makanan, berbeda signifikan antara kinerja dan harapan dan gap bernilai negatif. Sedangkan jika ditinjau dari uji signifikansi secara keseluruhan menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan dengan nilai gap negatif Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan “Tidak ada perbedaan antara hasil penilaian kinerja dan harapan yang diterima konsumen setelah menggunakan jasa PT. Rumah Sakit Ibnu Sina” tidak dapat diterima.

Untuk itu strategi yang hendaknya diterapkan oleh Rumah Sakit Ibnu Sina adalah meningkatkan kualitas pelayanan terutama yang memiliki nilai gap negatif. Atribut pelayanan bagian keuangan yang mudah hendaknya diprioritaskan karena memiliki nilai gap terendah dan signifikan. Untuk itu Rumah Sakit Ibnu Sina harus bersedia meningkatkan pelayanan pada bagian keuangan, misalnya dalam memberikan pelayanan administrasi keuangan ini tidak hanya terpusat pada 1 loket saja, namun harus diberikan secara merata mengingat rumah sakit ini cukup luas areanya, sehingga akan memudahkan dalam pelayanan administrasi keuangan. Sebaiknya pihak rumah sakit juga tetap menjaga kerjasama antara pihak rumah sakit dengan pihak bank terkait dalam pelayanan administrasi keuangan yang selama ini telah dilakukan,

sehingga kinerjanya akan semakin efisien karena telah ditangani oleh tenaga yang profesional. Dalam meningkatkan usahanya ini juga harus didukung dengan inovasi teknologi informasi (komputerisasi) yang selalu mengikuti perkembangan yang ada, sehingga kecepatan, keakuratan dan kemudahan dalam memberikan pelayanan keuangan termasuk dalam memberikan informasi kepada konsumen tentang jumlah biaya / ongkos pengobatan sementara.

Hasil analisis yang lain menunjukkan bahwa kenyamanan ruangan, terjadi perbedaan kepuasan konsumen secara signifikan berdasarkan jenis kelamin. Jika dilihat dari nilai rata-rata kepuasan terendah terjadi pada kelompok wanita. Untuk itu pihak Rumah Sakit Ibnu Sina sebaiknya meningkatkan kenyamanan ruangan pasien ini misalnya dengan membatasi jumlah pasien dalam satu ruangan yang sesuai, sehingga pasien dan keluarga pasien tidak merasa sempit jika berada pada ruangan rawat inap ini karena luas kamar tidak sesuai dengan jumlah pasien terutama pada kelas ekonomi. Begitu juga dengan sistem sirkulasi udara, kebersihan ruangan, sistem penataan tempat tidur dan lemari pasien harus diatur sedemikian rupa sehingga kenyamanan pasien terutama bagi wanita yang sangat memperhatikan kebersihan dapat sesuai dengan harapan.

Hasil analisis uji perbedaan berdasarkan tingkat pendidikan, menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan terhadap atribut kenyamanan ruangan, kelengkapan mebel dan kelengkapan apotik. Jika dilihat dari besarnya rata-rata semakin tinggi tingkat pendidikan konsumen semakin tidak puas. Untuk itu strategi yang hendaknya dilakukan oleh Rumah Sakit Ibnu Sina, selain meningkatkan kenyamanan ruangan seperti pada penjelasan

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

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

1. Berdasarkan analisis selisih maka dapat disimpulkan bahwa :
 - a. Atribut Fasilitas medis yang baik, desain kemasan menarik, Kenyamanan ruangan, Kelengkapan mebel, Kelengkapan apotik, Tempat parkir yang luas, Pelayanan dokter, Pelayanan medis tidak memandang status sosial, Pelayanan bagian keuangan yang mudah, Memperhatikan menu makanan, dan Menu makanan sesuai dengan jenis penyakit menunjukkan perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan yang diberikan oleh konsumen Rumah Sakit Ibnu Sina. Namun demikian untuk jika dilihat dari gap desain kemasan menarik, Pelayanan dokter, dan Menu makanan sesuai dengan jenis penyakit memiliki gap positif dan signifikan, yang menunjukkan bahwa konsumen telah memperoleh kepuasan yang tinggi terhadap ketiga atribut tersebut.
 - b. Atribut Peralatan medis yang lengkap dan modern, Penerangan rumah sakit, Tempat ibadah, Pelayanan penerimaan pasien yang cepat, Pelayanan penanganan pasien yang baik, Pelayanan tenaga perawat yang ramah, Memberikan kenyamanan kepada pasien, Pelayanan yang tepat, Memahami kebutuhan pasien dan Mampu berkomunikasi baik dengan pasien tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan antara

kinerja dan harapan yang diberikan oleh konsumen Rumah Sakit Ibnu Sina. Dengan demikian konsumen telah memperoleh kepuasan terhadap kesepuluh atribut tersebut, karena harapan konsumen terhadap kesepuluh atribut tersebut telah terpenuhi.

- c. Kepuasan konsumen tertinggi terjadi pada atribut pelayanan dokter sedangkan kepuasan konsumen terendah terjadi pada atribut pelayanan pada bagian keuangan yang mudah. Secara keseluruhan dapat diketahui bahwa konsumen belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan dengan rata-rata kepuasan hanya sebesar $-0,08$ yang berada pada rentah -1 sampai dengan $-0,01$.
2. Dari analisis kepuasan berdasarkan karakteristik konsumen dapat disimpulkan bahwa:
- a. Berdasarkan jenis kelamin terjadi perbedaan yang signifikan pada atribut kenyamanan ruangan. Hal ini berarti antara pria dan wanita memperoleh kepuasan yang berbeda pada atribut kebersihan ruangan, dimana wanita kepuasan pada atribut ini lebih rendah dibandingkan dengan kaum pria.
 - b. Berdasarkan tingkatan usia tidak terdapat perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen pada seluruh atribut yang tergabung dalam lima dimensi kualitas pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung) pada Rumah Sakit Ibnu Sina. Artinya baik konsumen yang berusia muda maupun yang berusia tua telah memperoleh kepuasan yang sama pada seluruh atribut setelah mereka menggunakan jasa Rumah Sakit Ibnu Sina. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk mempertimbangkan

dalam memberikan pelayanan baik bagi konsumen yang berusia berbeda

- c. Berdasarkan tingkat pendidikan terdapat perbedaan kepuasan konsumen pada atribut kenyamanan ruangan, kelengkapan mebel dan kelengkapan apotik. Hal ini berarti antara konsumen yang berpendidikan SMA kebawah memperoleh kepuasan yang berbeda dibandingkan dengan konsumen yang SMA keatas. Hasil menunjukkan bahwa konsumen yang berpendidikan SMA kebawah memperoleh kepuasan lebih tinggi dibandingkan dengan konsumen yang berpendidikan SMA keatas pada atribut kelengkapan apotik sedangkan untuk atribut kenyamanan ruangan dan kelengkapan mebel justru sebaliknya. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan pelayanannya terutama pada konsumen yang berpendidikan SMA keatas yang masih memiliki kepuasan lebih rendah.
- d. Berdasarkan tingkat pendapatan terdapat perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen pada atribut kelengkapan apotik. Artinya kepuasan konsumen pada atribut tersebut antara kelompok konsumen yang memiliki pendapatan berbeda memperoleh kepuasan yang berbeda pula. Hasil menunjukkan bahwa semakin besar tingkat pendapatan konsumen justru semakin tidak puas terhadap kelengkapan apotik.
- e. Berdasarkan jenis pekerjaan terdapat perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen pada atribut memperhatikan menu makanan. Artinya kepuasan konsumen pada atribut tersebut antara kelompok

konsumen yang memiliki pekerjaan yang satu dengan yang lain secara signifikan berbeda. Dimana ibu rumah tangga/pensiunan/petani memperoleh kepuasan yang paling besar atribut memperhatikan menu makanan.

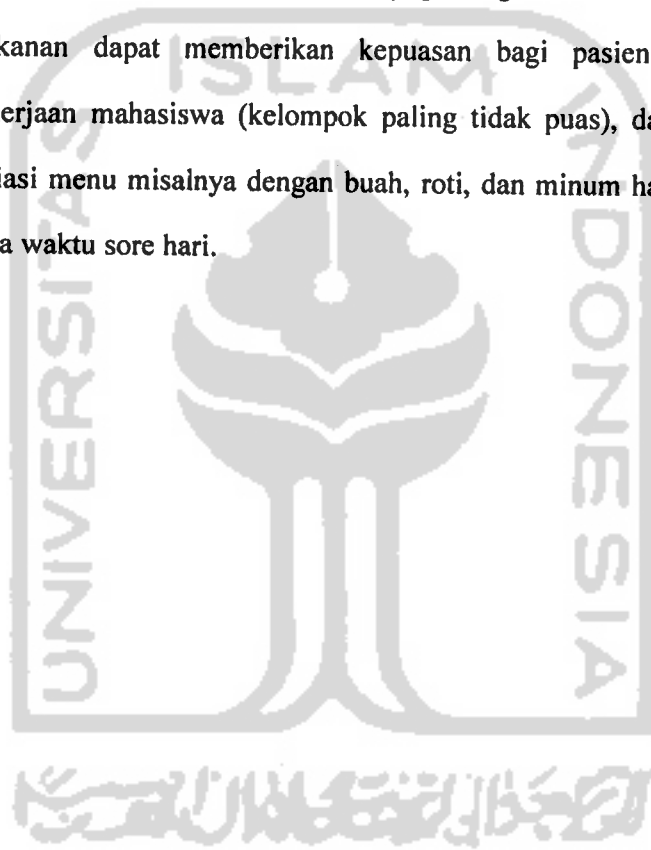
B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan maka saran yang dapat diusulkan kepada Rumah Sakit Ibnu Sina adalah :

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan terutama yang memiliki nilai gap negatif. Atribut pelayanan bagian keuangan yang mudah hendaknya diprioritaskan karena memiliki nilai gap terendah dan signifikan. Untuk itu Rumah Sakit Ibnu Sina harus bersedia meningkatkan pelayanan pada bagian keuangan, misalnya dalam memberikan pelayanan administrasi keuangan ini tidak hanya terpusat pada 1 loket saja, namun harus diberikan secara merata mengingat rumah sakit ini cukup luas areanya, sehingga akan memudahkan dalam pelayanan administrasi keuangan. Sebaiknya pihak rumah sakit juga tetap menjaga kerjasama antara pihak rumah sakit dengan pihak bank terkait dalam pelayanan administrasi keuangan yang selama ini telah dilakukan, sehingga kinerjanya akan semakin efisien karena telah ditangani oleh tenaga yang profesional. Dalam meningkatkan usahanya ini juga harus didukung dengan inovasi teknologi informasi (komputerisasi) yang selalu mengikuti perkembangan yang ada, sehingga kecepatan, keakuratan dan kemudahan dalam memberikan pelayanan keuangan termasuk dalam memberikan informasi kepada konsumen tentang jumlah biaya / ongkos pengobatan sementara

- b. Memprioritaskan pelayanan bagi konsumen wanita yang paling tidak puas pada kenyamanan ruangan. Hal ini dapat dilakukan dengan dengan membatasi jumlah pasien dalam satu ruangan yang sesuai, sehingga pasien dan keluarga pasien tidak merasa sempit jika berada pada ruangan rawat inap ini karena luas kamar tidak sesuai dengan jumlah pasien terutama pada kelas ekonomi. Begitu juga dengan sistem sirkulasi udara, kebersihan ruangan, sistem penataan tempat tidur dan lemari pasien harus diatur sedemikian rupa sehingga kenyamanan pasien terutama bagi wanita yang sangat memperhatikan kebersihan dapat sesuai dengan harapan
- c. Memprioritaskan peningkatan pelayanan bagi konsumen yang berpendidikan < SMU terutama pada atribut kelengkapan mebel. Peningkatan kelengkapan mebel misalnya menempatkan kursi-kursi tunggu yang memiliki desain yang unik dan menarik ruang depan kamar pasien, sehingga dapat dimanfaatkan bagi pengunjung pasien maupun keluarga pasien, saat menunggu pasiennya.
- d. Memprioritaskan peningkatan pelayanan bagi konsumen yang berpendapatan diatas Rp.2 juta yang paling tidak puas pada kelengkapan apotik misalnya dengan menambah jenis obat baik dari obat generik yang harganya relatif murah hingga obat-obat non generik yang memiliki kualitas obat yang bagus, walaupun harganya lebih mahal. Hal ini penting karena menurut tingkat pendapatan konsumen masih terdapat perbedaan yang signifikan atribut kelengkapan apotik ini berdasarkan tingkat pendapatan.
- e. Untuk memenuhi kelompok konsumen yang memiliki jenis pekerjaan sebagai pelajar dan mahasiswa yang masih memiliki ketidakpuasan

terbesar pada atribut memperhatikan menu makanan maka sebaiknya pihak Rumah Sakit Ibnu Sina harus meningkatkan variasi makanan yang lebih banyak sehingga jenis menu makanan tidak monoton. Sebagai contoh selain memberikan menu makan 3 kali sehari dengan jenis yang berbeda, untuk jam-jam tertentu juga diberikan makanan ringan seperti snack dengan waktu antara makan pagi dengan makan siang. Agar menu makanan dapat memberikan kepuasan bagi pasien yang memiliki pekerjaan mahasiswa (kelompok paling tidak puas), dapat menawarkan variasi menu misalnya dengan buah, roti, dan minum hangat seperti jahe pada waktu sore hari.



DAFTAR PUSTAKA

- Ariesta Haryani. (2000). *Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan hotel Nata Putra Yogyakarta*. Skripsi Sarjana (tidak dipublikasikan). Yogyakarta, Fakultas Ekonomi UII.
- Budi W. Soejipto (1997). *Alternatif Pendekatan dan Berbagai Persoalan di Indonesia*. Usahawan, no1 (januari).
- Djarwanto P.S dan Pangestu Subagyo (1993). *Statistik Induktif*. Edisi 4. Yogyakarta : BPF.
- Fandy Tjiptono (1995). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : ANDI.
- Fandy Tjiptono (1997). *Prinsip-prinsip TotalQuality Service*. Yogyakarta : ANDI.
- Kotler, Philip(1997). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan implementasi dan kontrol*. Edisi Revisi Jakarta: PT.Prehelindo.
- Lupiyoadi, Rambat (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Edisi1 Jakarta: Salemba Empat.
- Ratna, Oktayiani (2001). *Analisis Sikap konsumen dalam Mendapatkan Produk Jasa Hotel Quality Yogyakarta*. Skripsi Sarjana (tidak dipublikasikan). Yogyakarta Fakultas Ekonomi UII.
- Singgih, Santoso (2001). *SPSS: Mengolah Data untuk Statistik Secara Profesional*. Jakarta : Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Yazid (1999). *Pemasaran Jasa : Konsep dan Implementasi*. Edisi1 Yogyakarta :Ekonesia Fakultas Ekonomi UII.
- Yuyun Retnoningrum (2001). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasaran Konsumen Pada RSUD Harapan Anda, Kotamadya Tegal*. SkripsiSarjana (tidak dipublikasikan). Yogyakarta : Fakultas Ekonomi UII.



**RUMAH SAKIT ISLAM "IBNU SINA"
YARSI SUMATERA BARAT**

Jl. Ki Hajar Dewantara Pasaman Baru
SIMPANG EMPAT - PASAMAN BARAT TELP. (0753) 65015

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN

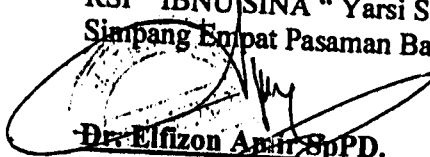
Yang bertanda tangan dibawah ini Direktur RSI Yarsi "IBNU SINA" Simpang Empat Pasaman Barat, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Yelita Murni
Jenis Kelamin : Perempuan
Nim : 03311399
Fakultas : Ekonomi
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Indonesia

Bahwa yang tersebut namanya diatas Benar telah melaksanakan penelitian di RSI "IBNU SINA" Simpang Empat Pasbar untuk keperluan Skripsi dengan judul " Analisis Kepuasan Konsumen Rumah Sakit Islam "IBNU SINA" Simpang Empat Pasaman Barat.

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

✓ Simpang Empat, 18 Mei 2007
RSI "IBNU SINA" Yarsi Sumbar
Simpang Empat Pasaman Barat.


Dr. Elfizon Apar SpPD.
Direktur.

Yogyakarta, April 2007

Kepada Yang Terhormat

Bapak/ ibu/ saudara/ i

Di RSI Ibnu Sina

Assalamu'alaikum wr.wb.

Perkenankanlah saya memohon kesediaan Bapak/ ibu/ saudara/ i untuk dapat mengisikan daftar pertanyaan angket ini. Adapun daftar pertanyaan ini merupakan sumber data yang dapat membantu proses penelitian yang saya lakukan guna menyusun skripsi, sebagai tugas akhir di Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Islam Indonesia.

Kejujuran dan kesanggupan Bapak/ ibu/ saudara/ i dalam menjawab semua pertanyaan tersebut sangat saya harapkan, guna mendapatkan informasi data yang akurat.

Adapun judul skripsi saya adalah " Analisis Kepuasan Konsumen Rumah Sakit Islam Ibnu Sina, Pasaman Barat, Sumatera Barat "

Sebelum dan sesudahnya saya ucapkan banyak terima kasih atas bantuan Bapak/ ibu/ saudara/ i.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Penulis

Yelita Murni

LAMPIRAN 1 KUESIONER

Petunjuk : Jawablah pertanyaan- pertanyaan dibawah ini dengan cara memberi tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang tersedia.

A. Karakteristik responden

No	Karakteristik	Tanggapan
1.	Gender	a. Laki- laki b. Perempuan
2.	Usia	a. Kurang dari 20 tahun b. 20 – 40 tahun c. Lebih dari 41 tahun
3.	Tingkat pendidikan	a. SMU kebawah b. SMU keatas
4.	Pendapatan rata-rata per bulan	a. Kurang dari Rp 1.000.000,00 b. Rp1.000.000,00 – Rp 2.000.000,00 c. lebih dari Rp 2.000.000,00
5.	Pekerjaan	a. Pegawai negeri/TNI/POLRI b. Pegawai swasta/wiraswasta/petani c. Pelajar/mahasiswa d. Pensiunan / ibu rumah tangga

A. Pertanyaan tentang harapan

Petunjuk: Berilah tanda silang (X) sesuai dengan *harapan anda sebelum menggunakan jasa* rumah sakit islam Ibnu Sina Pasaman Barat pada salah satu jawaban yang tersedia. Dengan kriteria jawaban sebagai berikut:

1 : Sangat tidak penting

2 : Tidak penting

3 : Penting

4 : Sangat penting

No.	Atribut-Atribut yang Dipertimbangkan	Jawaban			
		1	2	3	4
A.	Tangible (bukti langsung)				
1.	Peralatan medis yang ada di RSI Ibnu Sina lengkap dan modern.	1	2	3	4
2.	Fasilitas medis yang ada di RSI Ibnu Sina sudah baik dan lengkap.	1	2	3	4
3.	Kondisi persediaan air dan kebersihan toilet, baik di rumah sakit maupun di ruang rawat inap.	1	2	3	4
4.	Kebersihan ruangan dan kenyamanan ruangan dengan sirkulasi udara yang baik.	1	2	3	4
5.	Kelengkapan mebel dan fasilitas lainnya, sesuai dengan jenis kelas yang ditempati.	1	2	3	4
6.	Kelengkapan pertokoan dan apotek.	1	2	3	4
7.	Kondisi penerangan rumah sakit secara keseluruhan.	1	2	3	4
8.	Tempat ibadah serta perlengkapan yang memadai.	1	2	3	4
9.	Tempat parkir yang luas, aman dan nyaman bagi pengunjung				

B.	Realibility (kehandalan)				
1.	Pelayanan bagian penerimaan pasien dilakukan dengan cepat	1	2	3	4
2.	Pelayanan penanganan pasien dilakukan dengan baik dan maksimal.	1	2	3	4
3.	Pelayanan dokter, baik dokter umum maupun spesialis sesuai dengan harapan pasien.	1	2	3	4
C.	Responsiveness (daya tanggap)				
1.	Pelayanan tenaga perawat yang ramah dan sopan	1	2	3	4
2.	Pelayanan medis kepada semua pasien tidak memandang status sosial.	1	2	3	4
D.	Assurance (jaminan)				
1.	Pelayanan bagian keuangan (administrasi)diberikan kemudahan.	1	2	3	4
2.	RSI Ibnu Sina mampu memberikan kenyamanan kepada pasien ketika memberikan pelayanan medis.	1	2	3	4
3.	Pelayanan medis yang diberikan kepada pasien tepat dan dapat dipertanggung jawabkan.	1	2	3	4
E.	Emphaty				
1.	Memahami dan memperhatikan kebutuhan pasien.	1	2	3	4
2.	Mampu berkomunikasi dengan baik kepada pasien	1	2	3	4
3.	Memperhatikan menu makanan bagi mereka yang rawat inap.	1	2	3	4
4.	Variasi menu yang disajikan kepada pasien, sesuai dengan jenis penyakit dan kelas ruang rawat inapnya.	1	2	3	4

B. Pertanyaan tentang kinerja

Petunjuk: Berilah tanda silang (X) *tentang kinerja yang anda peroleh setelah menggunakan jasa* rumah sakit islam Ibnu Sina Pasaman Barat, pada salah satu jawaban yang tersedia. Dengan kriteria jawaban sebagai berikut:

1 : Sangat tidak baik

2 : tidak baik

3 : Baik

4 : Sangat baik

No.	Atribut-Atribut yang Dipertimbangkan	Jawaban			
A.	Tangible (bukti langsung)				
1.	Peralatan medis yang ada di RSI Ibnu Sina lengkap dan modern.	1	2	3	4
2.	Fasilitas medis yang ada di RSI Ibnu Sina sudah baik dan lengkap.	1	2	3	4
3.	Kondisi persediaan air dan kebersihan toilet, baik di rumah sakit maupun di ruang rawat inap.	1	2	3	4
4.	Kebersihan ruangan dan kenyamanan ruangan dengan sirkulasi udara yang baik.	1	2	3	4
5.	Kelengkapan mebel dan fasilitas lainnya, sesuai dengan jenis kelas yang ditempati.	1	2	3	4
6.	Kelengkapan pertokoan dan apotek.	1	2	3	4
7.	Kondisi penerangan rumah sakit secara keseluruhan.	1	2	3	4
8.	Tempat ibadah serta perlengkapan yang memadai.	1	2	3	4
9.	Tempat parkir yang luas, aman dan nyaman bagi pengunjung	1	2	3	4

B.	Realibility (kehandalan)				
1.	Pelayanan bagian penerimaan pasien dilakukan dengan cepat dan tepat.	1	2	3	4
2.	Pelayanan penanganan pasien dilakukan dengan baik dan maksimal.	1	2	3	4
3.	Pelayanan dokter, baik dokter umum maupun spesialis sesuai dengan harapan pasien.	1	2	3	4
C.	Responsiveness (daya tanggap)				
1.	Pelayanan tenaga perawat yang ramah dan sopan	1	2	3	4
2.	Pelayanan medis kepada semua pasien tidak memandang status sosial.	1	2	3	4
D.	Assurance (jaminan)				
1.	Pelayanan bagian keuangan (administrasi)diberikan kemudahan.	1	2	3	4
2.	RSI Ibnu Sina mampu memberikan kenyamanan kepada pasien ketika memberikan pelayanan medis.	1	2	3	4
3.	Pelayanan medis yang diberikan kepada pasien tepat dan dapat dipertanggung jawabkan.	1	2	3	4
E.	Emphaty				
1.	Memahami dan memperhatikan kebutuhan pasien.	1	2	3	4
2.	Mampu berkomunikasi dengan baik kepada pasien	1	2	3	4
3.	Memperhatikan menu makanan bagi mereka yang rawat inap.	1	2	3	4
4.	Variasi menu yang disajikan kepada pasien, sesuai dengan jenis penyakit dan kelas ruang rawat inapnya.	1	2	3	4

KINERJA

No	KINERJA																								
	Tangible							Reliability							Assurance							Empathy			
	Kj1	Kj2	Kj3	Kj4	Kj5	Kj6	Kj7	Kj8	Kj9	Kj10	Kj11	Kj12	Kj13	Kj14	Kj15	Kj16	Kj17	Kj18	Kj19	Kj20	Kj21				
35	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	1	3				
36	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	4	4	2	3	3	2	3	2	1	4				
37	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	4	3	4				
38	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	1	2	4	3	3	4	4	4				
39	4	4	4	3	3	2	2	3	3	4	2	4	1	2	4	3	3	4	3	4	4				
40	2	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2				
41	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	1	3	4	3	3	3	3	3				
42	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4				
43	4	2	4	4	3	3	3	4	2	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3				
44	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	3	4	4	3	4				
45	3	2	4	3	3	1	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4				
46	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4				
47	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4				
48	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	3	4	3	4				
49	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3				
50	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3				
51	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4				
52	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3				
53	2	3	3	4	2	3	4	4	3	2	4	3	2	3	4	3	4	4	4	3	3				
54	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4				
55	3	2	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4				
56	4	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3				
57	3	3	4	3	3	2	3	3	2	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4				
58	4	3	3	4	3	3	3	2	3	1	4	4	4	1	3	3	4	4	4	4	4				
59	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	3	4				
60	4	3	4	3	3	3	1	4	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	4	3	3				
61	4	3	4	4	3	3	2	4	3	3	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	4				
62	3	2	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	2	3	4	4				
63	4	4	4	3	2	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	1	3	3	3				
64	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	4	4	3	3	2	3	3				
65	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3				
66	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	4	3	4	1	1	3	4	3	3	3	4				
67	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4				
68	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	4	4	4	3	4	3				
69	4	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	2	4	4	4	4	3	3	2				
70	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3				
71	4	4	4	3	4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3				

HARAPAN

No	Tangible																					Reliability					Responsiveness					Assurance					Empathy				
	Har1	Har2	Har3	Har4	Har5	Har6	Har7	Har8	Har9	Har10	Har11	Har12	Har13	Har14	Har15	Har16	Har17	Har18	Har19	Har20	Har21																				
	Har1	Har2	Har3	Har4	Har5	Har6	Har7	Har8	Har9	Har10	Har11	Har12	Har13	Har14	Har15	Har16	Har17	Har18	Har19	Har20	Har21																				
35	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3																				
36	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2																				
37	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	2	4	2																				
38	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	2	4	3																				
39	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3																				
40	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2																				
41	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4																				
42	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4																				
43	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	2	4	3	3	3	3	4	3																				
44	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3																				
45	2	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4																				
46	2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4																				
47	3	4	3	4	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3																				
48	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3																				
49	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3																				
50	3	3	3	3	2	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4	3	4	4	3	4	3																				
51	4	3	2	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	2	3	2																				
52	3	2	2	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	1																				
53	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3																				
54	3	4	3	3	3	4	4	4	4	2	4	4	3	2	4	3	3	3	3	4	2																				
55	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	2	4	3	4	3	3	2	2																				
56	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	1	4	3	4	4	2	3	3																				
57	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3																				
58	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3																				
59	4	4	3	4	3	4	4	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	2	4	4	3																				
60	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	2	4	3																				
61	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	4	4																				
62	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4																				
63	2	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3																				
64	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3																				
65	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	2																				
66	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3																				
67	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3																				
68	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3																				
69	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3																				
70	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2																				
71	3	3	3	4	3	3	3	4	4	2	4	1	3	3	4	3	3	3	4	4	3																				

No		HARAPAN																				
		Tangible					Reliability					Responsiveness					Assurance					Empathy
		Har1	Har2	Har3	Har4	Har5	Har6	Har7	Har8	Har9	Har10	Har11	Har12	Har13	Har14	Har15	Har16	Har17	Har18	Har19	Har20	Har21
72	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	
73	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	4	3	4	
75	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	
76	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	3	3	2	4	4	4	4	4	
77	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	
78	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	
79	4	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	
80	3	3	3	4	4	3	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	4	3	
81	4	4	3	4	3	3	4	4	2	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	
82	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	2	
83	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
84	2	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	
85	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
86	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	
87	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	
88	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	4	3	2	3	4	4	3	2	4	4	4	
89	4	3	3	4	4	4	3	3	3	2	4	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4	
90	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	
91	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	4	4	
92	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	
93	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	2	4	4	3	4	3	3	3	
94	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	3	4	
95	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	
96	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	2	3	3	3	2	4	4	3	
Tot	312	308	310	343	318	325	319	320	317	291	326	318	324	289	319	317	326	309	295	312	296	
Rata2	3.12	3.08	3.1	3.43	3.18	3.25	3.19	3.2	3.17	2.91	3.26	3.18	3.24	2.89	3.19	3.17	3.26	3.09	2.95	3.12	2.96	

LAMPIRAN 2.

DATA PENELITIAN 96 RESPONDEN (GAP)

No	GAP (KINERJA - HARAPAN)																																		Tot	Rata2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
	Tangible											Reliability											Assurance											Empathy																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	G15	G16	G17	G18	G19	G20	G21	G22	G23	G24	G25	G26	G27	G28	G29	G30	G31	G32	G33	G34			G35	G36	G37	G38	G39	G40	G41	G42	G43	G44	G45	G46	G47	G48	G49	G50	G51	G52	G53	G54	G55	G56	G57	G58	G59	G60	G61	G62	G63	G64	G65	G66	G67	G68	G69	G70	G71	G72	G73	G74	G75	G76	G77	G78	G79	G80	G81	G82	G83	G84	G85	G86	G87	G88	G89	G90	G91	G92	G93	G94	G95	G96	G97	G98	G99	G100	G101	G102	G103	G104	G105	G106	G107	G108	G109	G110	G111	G112	G113	G114	G115	G116	G117	G118	G119	G120	G121	G122	G123	G124	G125	G126	G127	G128	G129	G130	G131	G132	G133	G134	G135	G136	G137	G138	G139	G140	G141	G142	G143	G144	G145	G146	G147	G148	G149	G150	G151	G152	G153	G154	G155	G156	G157	G158	G159	G160	G161	G162	G163	G164	G165	G166	G167	G168	G169	G170	G171	G172	G173	G174	G175	G176	G177	G178	G179	G180	G181	G182	G183	G184	G185	G186	G187	G188	G189	G190	G191	G192	G193	G194	G195	G196	G197	G198	G199	G200	G201	G202	G203	G204	G205	G206	G207	G208	G209	G210	G211	G212	G213	G214	G215	G216	G217	G218	G219	G220	G221	G222	G223	G224	G225	G226	G227	G228	G229	G230	G231	G232	G233	G234	G235	G236	G237	G238	G239	G240	G241	G242	G243	G244	G245	G246	G247	G248	G249	G250	G251	G252	G253	G254	G255	G256	G257	G258	G259	G260	G261	G262	G263	G264	G265	G266	G267	G268	G269	G270	G271	G272	G273	G274	G275	G276	G277	G278	G279	G280	G281	G282	G283	G284	G285	G286	G287	G288	G289	G290	G291	G292	G293	G294	G295	G296	G297	G298	G299	G300	G301	G302	G303	G304	G305	G306	G307	G308	G309	G310	G311	G312	G313	G314	G315	G316	G317	G318	G319	G320	G321	G322	G323	G324	G325	G326	G327	G328	G329	G330	G331	G332	G333	G334	G335	G336	G337	G338	G339	G340	G341	G342	G343	G344	G345	G346	G347	G348	G349	G350	G351	G352	G353	G354	G355	G356	G357	G358	G359	G360	G361	G362	G363	G364	G365	G366	G367	G368	G369	G370	G371	G372	G373	G374	G375	G376	G377	G378	G379	G380	G381	G382	G383	G384	G385	G386	G387	G388	G389	G390	G391	G392	G393	G394	G395	G396	G397	G398	G399	G400	G401	G402	G403	G404	G405	G406	G407	G408	G409	G410	G411	G412	G413	G414	G415	G416	G417	G418	G419	G420	G421	G422	G423	G424	G425	G426	G427	G428	G429	G430	G431	G432	G433	G434	G435	G436	G437	G438	G439	G440	G441	G442	G443	G444	G445	G446	G447	G448	G449	G450	G451	G452	G453	G454	G455	G456	G457	G458	G459	G460	G461	G462	G463	G464	G465	G466	G467	G468	G469	G470	G471	G472	G473	G474	G475	G476	G477	G478	G479	G480	G481	G482	G483	G484	G485	G486	G487	G488	G489	G490	G491	G492	G493	G494	G495	G496	G497	G498	G499	G500	G501	G502	G503	G504	G505	G506	G507	G508	G509	G510	G511	G512	G513	G514	G515	G516	G517	G518	G519	G520	G521	G522	G523	G524	G525	G526	G527	G528	G529	G530	G531	G532	G533	G534	G535	G536	G537	G538	G539	G540	G541	G542	G543	G544	G545	G546	G547	G548	G549	G550	G551	G552	G553	G554	G555	G556	G557	G558	G559	G560	G561	G562	G563	G564	G565	G566	G567	G568	G569	G570	G571	G572	G573	G574	G575	G576	G577	G578	G579	G580	G581	G582	G583	G584	G585	G586	G587	G588	G589	G590	G591	G592	G593	G594	G595	G596	G597	G598	G599	G600	G601	G602	G603	G604	G605	G606	G607	G608	G609	G610	G611	G612	G613	G614	G615	G616	G617	G618	G619	G620	G621	G622	G623	G624	G625	G626	G627	G628	G629	G630	G631	G632	G633	G634	G635	G636	G637	G638	G639	G640	G641	G642	G643	G644	G645	G646	G647	G648	G649	G650	G651	G652	G653	G654	G655	G656	G657	G658	G659	G660	G661	G662	G663	G664	G665	G666	G667	G668	G669	G670	G671	G672	G673	G674	G675	G676	G677	G678	G679	G680	G681	G682	G683	G684	G685	G686	G687	G688	G689	G690	G691	G692	G693	G694	G695	G696	G697	G698	G699	G700	G701	G702	G703	G704	G705	G706	G707	G708	G709	G710	G711	G712	G713	G714	G715	G716	G717	G718	G719	G720	G721	G722	G723	G724	G725	G726	G727	G728	G729	G730	G731	G732	G733	G734	G735	G736	G737	G738	G739	G740	G741	G742	G743	G744	G745	G746	G747	G748	G749	G750	G751	G752	G753	G754	G755	G756	G757	G758	G759	G760	G761	G762	G763	G764	G765	G766	G767	G768	G769	G770	G771	G772	G773	G774	G775	G776	G777	G778	G779	G780	G781	G782	G783	G784	G785	G786	G787	G788	G789	G790	G791	G792	G793	G794	G795	G796	G797	G798	G799	G800	G801	G802	G803	G804	G805	G806	G807	G808	G809	G810	G811	G812	G813	G814	G815	G816	G817	G818	G819	G820	G821	G822	G823	G824	G825	G826	G827	G828	G829	G830	G831	G832	G833	G834	G835	G836	G837	G838	G839	G840	G841	G842	G843	G844	G845	G846	G847	G848	G849	G850	G851	G852	G853	G854	G855	G856	G857	G858	G859	G860	G861	G862	G863	G864	G865	G866	G867	G868	G869	G870	G871	G872	G873	G874	G875	G876	G877	G878	G879	G880	G881	G882	G883	G884	G885	G886	G887	G888	G889	G890	G891	G892	G893	G894	G895	G896	G897	G898	G899	G900	G901	G902	G903	G904	G905	G906	G907	G908	G909	G910	G911	G912	G913	G914	G915	G916	G917	G918	G919	G920	G921	G922	G923	G924	G925	G926	G927	G928	G929	G930	G931	G932	G933	G934	G935	G936	G937	G938	G939	G940	G941	G942	G943	G944	G945	G946	G947	G948	G949	G950	G951	G952	G953	G954	G955	G956	G957	G958	G959	G960	G961	G962	G963	G964	G965	G966	G967	G968	G969	G970	G971	G972	G973	G974	G975	G976	G977	G978	G979	G980	G981	G982	G983	G984	G985	G986	G987	G988	G989	G990	G991	G992	G993	G994	G995	G996	G997	G998	G999	G1000	G1001	G1002	G1003	G1004	G1005	G1006	G1007	G1008	G1009	G1010	G1011	G1012	G1013	G1014	G1015	G1016	G1017	G1018	G1019	G1020	G1021	G1022	G1023	G1024	G1025	G1026	G1027	G1028	G1029	G1030	G1031	G1032	G1033	G1034	G1035	G1036	G1037	G1038	G1039	G1040	G1041	G1042	G1043	G1044	G1045	G1046	G1047	G1048	G1049	G1050	G1051	G1052	G1053	G1054	G1055	G1056	G1057	G1058	G1059	G1060	G1061	G1062	G1063	G1064	G1065	G1066	G1067	G1068	G1069	G1070	G1071	G1072	G1073	G1074	G1075	G1076	G1077	G1078	G1079	G1080	G1081	G1082	G1083	G1084	G1085	G1086	G1087	G1088	G1089	G1090	G1091	G1092	G1093	G1094	G1095	G1096	G1097	G1098	G1099	G1100	G1101	G1102	G1103	G1104	G1105	G1106	G1107	G1108	G1109	G1110	G1111	G1112	G1113	G1114	G1115	G1116	G1117	G1118	G1119	G1120	G1121	G1122	G1123	G1124	G1125	G1126	G1127	G1128	G1129	G1130	G1131	G1132	G1133	G1134	G1135	G1136	G1137	G1138	G1139	G1140	G1141	G1142	G1143	G1144	G1145	G1146	G1147	G1148	G1149	G1150	G1151	G1152	G1153	G1154	G1155	G1156	G1157	G1158	G1159	G1160	G1161	G1162	G1163	G1164	G1165	G1166	G1167	G1168	G1169	G1170	G1171	G1172	G1173	G1174	G1175	G1176	G1177	G1178	G1179	G1180	G1181	G1182	G1183	G1184	G1185	G1186	G1187	G1188	G1189	G1190	G1191	G1192	G1193	G1194	G1195	G1196	G1197	G1198	G1199	G1200	G1201	G1202	G1203	G1204	G1205	G1206	G1207	G1208	G1209	G1210	G1211	G1212	G1213	G1214	G1215	G1216	G1217	G1218	G1219	G1220	G1221	G1222	G1223	G1224	G1225	G1226	G1227	G1228	G1229	G1230	G1231	G1232	G1233	G1234	G1235	G1236	G1237	G1238	G1239	G1240	G1241	G1242	G1243	G1244	G1245	G1246	G1247	G1248	G1249	G1250	G1251	G1252	G1253	G1254	G1255	G1256	G1257	G1258	G1259	G1260	G1261	G1262	G1263	G1264	G1265	G1266	G1267	G1268	G1269	G1270	G1271	G1272	G1273	G1274	G1275	G1276	G1277	G1278	G1279	G1280	G1281	G1282	G1283	G1284	G1285	G1286	G1287	G1288	G1289	G1290	G1291	G1292	G1293	G1294	G1295	G1296	G1297	G1298	G1299	G1300	G1301	G1302	G1303	G1304	G1305	G1306	G1307	G1308	G1309	G1310	G1311	G1312	G1313	G1314	G1315	G1316	G1317	G1318	G1319	G1320	G1321	G1322	G1323	G1324	G1325	G1326	G1327	G1328	G1329	G1330	G1331	G1332	G1333	G1334	G1335	G1336	G1337	G1338	G1339	G1340	G1341	G1342	G1343	G1344	G1345	G1346	G1347	G1348	G1349	G1350	G1351	G1352	G1353	G1354	G1355	G1356	G1357	G1358	G1359	G1360	G1361	G1362	G1363	G1364	G1365	G1366	G1367	G1368	G1369	G1370	G1371	G1372	G1373	G1374	G1375	G1376	G1377	G1378	G1379	G1380	G1381	G1382	G1383	G1384	G1385	G1386	G1387	G1388	G1389	G1390	G1391	G1392	G1393	G1394	G1395	G1396	G1397	G1398	G1399	G1400	G1401	G1402	G1403	G1404	G1405	G1406	G1407	G1408	G1409	G1410	G1411	G1412	G1413	G1414	G1415	G1416	G1417	G1418	G1419	G1420	G1421	G1422	G1423	G1424	G1425	G1426	G1427	G1428	G1429	G1430	G1431	G1432	G1433	G1434	G1435	G1436	G1437	G1438	G1439	G1440	G1441	G1442	G1443	G1444	G1445	G1446	G1447	G1448	G1449	G1450	G1451	G1452	G1453	G1454	G1455	G1456	G1457	G1458	G1459	G1460	G1461	G1462	G1463	G1464	G1465	G1466	G1467	G1468

No	GAP (KINERJA - HARAPAN)																				Tot	Rata2
	Tangible										Intangible											
	Reliability					Assurance					Empathy											
	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	G15	G16	G17	G18	G19	G20		
35	1	0	0	-1	0	0	-1	0	-1	-1	0	1	0	0	-1	0	1	1	-2	0	-4	-0.1905
36	-1	-1	0	-1	-2	0	0	-1	-1	-1	1	1	-1	-1	-1	-2	-1	-1	-2	2	-14	-0.6667
37	0	-1	1	0	-2	0	1	0	0	-1	0	1	0	-1	0	-1	-1	2	-1	2	-1	-0.0476
38	-1	1	0	0	-1	-1	-2	-1	-1	0	-1	0	-2	-2	0	-1	0	2	0	1	-10	-0.4762
39	0	0	1	-1	-1	-2	0	0	0	0	-2	1	-2	-2	0	0	0	2	0	1	-7	-0.3333
40	-1	1	2	1	0	-1	0	0	0	0	0	0	0	-1	0	0	0	0	0	0	1	0.0476
41	0	-2	1	-1	0	-1	1	0	0	0	1	-1	0	-2	-1	0	-1	0	-1	-1	-8	-0.381
42	0	-1	-1	0	-1	1	0	0	0	0	1	0	2	0	0	-1	1	0	1	-1	0	0
43	1	-1	0	0	-1	-1	1	-1	1	0	0	1	2	0	0	0	0	1	0	0	2	0.0952
44	2	-1	-1	-1	-2	-1	0	-1	0	0	0	-1	0	1	0	0	1	2	0	1	-2	-0.0952
45	1	-2	1	0	0	-3	0	0	-2	0	1	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	-5	-0.2381
46	1	0	0	1	1	-1	0	1	-1	0	0	-1	0	-1	0	0	-1	1	1	0	0	0
47	1	0	1	0	-2	0	0	0	-1	1	0	1	0	0	0	0	0	-1	-1	0	1	0
48	1	0	0	1	-1	0	1	0	1	2	0	-1	0	-1	0	1	0	0	0	1	5	0.2381
49	0	0	1	0	0	0	-1	1	0	0	0	-1	-1	0	-1	-1	0	2	1	0	1	0.0476
50	1	0	0	0	1	-1	0	-1	1	0	0	1	0	0	0	0	-1	1	-1	1	1	0.0476
51	-1	1	2	-1	0	0	-1	0	0	0	0	-1	0	-1	0	0	-1	2	0	2	1	0.0476
52	1	0	1	-1	0	-1	0	1	1	0	-1	1	1	-1	0	0	0	0	1	2	5	0.2381
53	-1	-1	0	0	-2	0	0	1	0	-1	-2	1	0	-1	0	1	0	2	-1	0	-4	-0.1905
54	1	-1	1	1	0	-1	0	0	-1	1	0	-1	1	-1	1	1	1	1	-1	2	6	0.2857
55	0	-1	1	0	-1	-1	0	-1	1	1	-1	0	1	-1	1	1	0	1	1	0	2	0.0952
56	1	-1	0	0	-1	0	-1	-1	0	1	0	1	2	-1	0	0	-1	1	1	0	0	0
57	0	0	0	-1	-1	-1	-1	0	-1	1	0	1	1	0	0	0	1	-1	1	1	1	0.0476
58	0	0	0	0	-1	0	-1	0	-2	1	0	1	-2	0	-1	1	0	1	1	1	-2	-0.0952
59	-1	-1	0	-1	-1	-1	-1	-1	0	2	0	1	-1	0	0	-1	1	2	-1	1	-4	-0.1905
60	0	0	1	0	-1	-3	0	-1	0	1	0	-1	-1	0	1	-1	1	2	-1	0	-4	-0.1905
61	1	0	1	0	-1	0	-2	0	0	0	0	-2	0	-1	1	0	2	1	0	0	0	0
62	0	-2	0	0	0	0	0	1	-1	0	0	-1	-1	1	0	0	-1	-1	0	0	-5	-0.2381
63	2	0	0	0	-1	1	0	0	1	0	-1	1	0	0	1	0	-3	-1	0	0	0	0
64	0	-2	0	0	0	-1	0	-1	0	0	-1	-1	-2	-2	0	1	-1	0	-2	0	-12	-0.5714
65	0	0	0	0	0	-2	0	-1	0	-1	0	-1	0	-1	0	0	0	-2	0	2	-6	-0.2857
66	0	-1	-1	0	-1	-2	0	0	0	0	0	-1	0	-1	0	-1	0	-1	0	1	-10	-0.4762
67	0	-1	0	0	0	-1	-1	0	0	1	-1	0	-2	-2	0	0	1	1	0	1	-4	-0.1905
68	1	0	0	0	-1	1	-1	0	0	1	-1	0	-1	0	-1	0	0	-1	1	0	-3	-0.1429
69	0	-2	-1	-1	0	0	0	-1	0	0	-1	1	-1	-1	1	0	0	0	-1	0	-7	-0.3333
70	1	1	1	1	1	0	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	0	27	1.2857
71	1	1	1	-1	1	1	-1	0	-1	2	-1	3	1	0	-1	0	1	1	-1	0	6	0.2857

**LAMPIRAN 3
FREQUENCY TABEL**

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	59	61.5	61.5	61.5
	Perempuan	37	38.5	38.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	8	8.3	8.3	8.3
	20 - 40 tahun	36	37.5	37.5	45.8
	> 40 tahun	52	54.2	54.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< SMU	38	39.6	39.6	39.6
	SMU ke atas	58	60.4	60.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pendapatan per bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp.1.000.000	24	25.0	25.0	25.0
	Rp.1.000.000 - 2.000.000	35	36.5	36.5	61.5
	> Rp.2.000.000	37	38.5	38.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS/TNI/POLRI	22	22.9	22.9	22.9
	Peg.swasta / wiraswasta/petani	36	37.5	37.5	60.4
	Pelajar / Mhs	16	16.7	16.7	77.1
	Pensiunan/Ibu Rumah Tangga	22	22.9	22.9	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Atribut	Jenis Kelamin	N	Mean
Fasilitas medis yang baik	Laki-laki	59	-0.24
	Perempuan	37	-0.22
	Total	96	-0.23
Kebersihan toilet	Laki-laki	59	0.19
	Perempuan	37	0.16
	Total	96	0.18
Kenyamanan ruangan	Laki-laki	59	-0.10
	Perempuan	37	-0.41
	Total	96	-0.22
Kelengkapan mebel	Laki-laki	59	-0.31
	Perempuan	37	-0.51
	Total	96	-0.39
Kelengkapan apotik	Laki-laki	59	-0.41
	Perempuan	37	-0.46
	Total	96	-0.43
Tempat parkir yang luas	Laki-laki	59	-0.34
	Perempuan	37	-0.22
	Total	96	-0.29
Pelayanan dokter	Laki-laki	59	0.31
	Perempuan	37	0.14
	Total	96	0.24
Pelayanan medis tidak memandang status sosial	Laki-laki	59	-0.25
	Perempuan	37	-0.30
	Total	96	-0.27
Pelayanan bagian keuangan yang mudah	Laki-laki	59	-0.44
	Perempuan	37	-0.49
	Total	96	-0.46
Memperhatikan menu makanan	Laki-laki	59	-0.22
	Perempuan	37	-0.38
	Total	96	-0.28
Menu makanan sesuai dengan jenis penyakit	Laki-laki	59	0.14
	Perempuan	37	0.35
	Total	96	0.22

Atribut	Usia	N	Mean
Fasilitas medis yang baik	< 20 tahun	8	-0.38
	20 - 40 tahun	36	-0.25
	> 40 tahun	52	-0.19
	Total	96	-0.23
Kebersihan toilet	< 20 tahun	8	0.38
	20 - 40 tahun	36	0.17
	> 40 tahun	52	0.15
	Total	96	0.18
Kenyamanan ruangan	< 20 tahun	8	-0.63
	20 - 40 tahun	36	-0.19
	> 40 tahun	52	-0.17
	Total	96	-0.22
Kelengkapan mebel	< 20 tahun	8	-1.13
	20 - 40 tahun	36	-0.31
	> 40 tahun	52	-0.33
	Total	96	-0.39
Kelengkapan apotik	< 20 tahun	8	0.00
	20 - 40 tahun	36	-0.50
	> 40 tahun	52	-0.44
	Total	96	-0.43
Tempat parkir yang luas	< 20 tahun	8	0.13
	20 - 40 tahun	36	-0.36
	> 40 tahun	52	-0.31
	Total	96	-0.29
Pelayanan dokter	< 20 tahun	8	0.13
	20 - 40 tahun	36	0.33
	> 40 tahun	52	0.19
	Total	96	0.24
Pelayanan medis tidak memandang status sosial	< 20 tahun	8	-0.63
	20 - 40 tahun	36	-0.33
	> 40 tahun	52	-0.17
	Total	96	-0.27
Pelayanan bagian keuangan yang mudah	< 20 tahun	8	-0.25
	20 - 40 tahun	36	-0.44
	> 40 tahun	52	-0.50
	Total	96	-0.46

Memperhatikan menu makanan	< 20 tahun	8	-0.63
	20 - 40 tahun	36	-0.39
	> 40 tahun	52	-0.15
	Total	96	-0.28
Menu makanan sesuai dengan jenis penyakit	< 20 tahun	8	0.25
	20 - 40 tahun	36	0.06
	> 40 tahun	52	0.33
	Total	96	0.22



Atribut	Pendidikan	N	Mean
Fasilitas medis yang baik	< SMU	38	-0.24
	SMU ke atas	58	-0.22
	Total	96	-0.23
Kebersihan toilet	< SMU	38	0.08
	SMU ke atas	58	0.24
	Total	96	0.18
Kenyamanan ruangan	< SMU	38	-0.45
	SMU ke atas	58	-0.07
	Total	96	-0.22
Kelengkapan mebel	< SMU	38	-0.63
	SMU ke atas	58	-0.22
	Total	96	-0.39
Kelengkapan apotik	< SMU	38	-0.24
	SMU ke atas	58	-0.55
	Total	96	-0.43
Tempat parkir yang luas	< SMU	38	-0.18
	SMU ke atas	58	-0.36
	Total	96	-0.29
Pelayanan dokter	< SMU	38	0.34
	SMU ke atas	58	0.17
	Total	96	0.24
Pelayanan medis tidak memandang status sosial	< SMU	38	-0.39
	SMU ke atas	58	-0.19
	Total	96	-0.27
Pelayanan bagian keuangan yang mudah	< SMU	38	-0.34
	SMU ke atas	58	-0.53
	Total	96	-0.46
Memperhatikan menu makanan	< SMU	38	-0.45
	SMU ke atas	58	-0.17
	Total	96	-0.28
Menu makanan sesuai dengan jenis penyakit	< SMU	38	0.16
	SMU ke atas	58	0.26
	Total	96	0.22

Atribut	Pendapatan	N	Mean
Fasilitas medis yang baik	< Rp.1.000.000	24	-0.33
	Rp.1.000.000 - 2.000.000	35	-0.26
	> Rp.2.000.000	37	-0.14
	Total	96	-0.23
Kebersihan toilet	< Rp.1.000.000	24	0.33
	Rp.1.000.000 - 2.000.000	35	0.03
	> Rp.2.000.000	37	0.22
	Total	96	0.18
Kenyamanan ruangan	< Rp.1.000.000	24	-0.38
	Rp.1.000.000 - 2.000.000	35	-0.09
	> Rp.2.000.000	37	-0.24
	Total	96	-0.22
Kelengkapan mebel	< Rp.1.000.000	24	-0.42
	Rp.1.000.000 - 2.000.000	35	-0.34
	> Rp.2.000.000	37	-0.41
	Total	96	-0.39
Kelengkapan apotik	< Rp.1.000.000	24	-0.13
	Rp.1.000.000 - 2.000.000	35	-0.40
	> Rp.2.000.000	37	-0.65
	Total	96	-0.43
Tempat parkir yang luas	< Rp.1.000.000	24	-0.17
	Rp.1.000.000 - 2.000.000	35	-0.29
	> Rp.2.000.000	37	-0.38
	Total	96	-0.29
Pelayanan dokter	< Rp.1.000.000	24	0.58
	Rp.1.000.000 - 2.000.000	35	0.20
	> Rp.2.000.000	37	0.05
	Total	96	0.24
Pelayanan medis tidak memandang status sosial	< Rp.1.000.000	24	-0.50
	Rp.1.000.000 - 2.000.000	35	-0.43
	> Rp.2.000.000	37	0.03
	Total	96	-0.27
Pelayanan bagian keuangan yang mudah	< Rp.1.000.000	24	-0.50
	Rp.1.000.000 - 2.000.000	35	-0.37
	> Rp.2.000.000	37	-0.51
	Total	96	-0.46

Memperhatikan menu makanan	< Rp.1.000.000	24	-0.38
	Rp.1.000.000 - 2.000.000	35	-0.31
	> Rp.2.000.000	37	-0.19
	Total	96	-0.28
Menu makanan sesuai dengan jenis penyakit	< Rp.1.000.000	24	0.00
	Rp.1.000.000 - 2.000.000	35	0.14
	> Rp.2.000.000	37	0.43
	Total	96	0.22



Atribut	Pekerjaan	N	Mean
Fasilitas medis yang baik	PNS/TNI/POLRI	22	-0.18
	Peg.swasta / wiraswasta/petani	36	-0.33
	Pelajar / Mhs	16	-0.25
	Pensiunan/Ibu Rumah Tangga	22	-0.09
	Total	96	-0.23
Kebersihan toilet	PNS/TNI/POLRI	22	-0.14
	Peg.swasta / wiraswasta/petani	36	0.14
	Pelajar / Mhs	16	0.44
	Pensiunan/Ibu Rumah Tangga	22	0.36
	Total	96	0.18
Kenyamanan ruangan	PNS/TNI/POLRI	22	-0.36
	Peg.swasta / wiraswasta/petani	36	-0.14
	Pelajar / Mhs	16	-0.50
	Pensiunan/Ibu Rumah Tangga	22	0.00
	Total	96	-0.22
Kelengkapan mebel	PNS/TNI/POLRI	22	-0.55
	Peg.swasta / wiraswasta/petani	36	-0.31
	Pelajar / Mhs	16	-0.69
	Pensiunan/Ibu Rumah Tangga	22	-0.14
	Total	96	-0.39
Kelengkapan apotik	PNS/TNI/POLRI	22	-0.27
	Peg.swasta / wiraswasta/petani	36	-0.53
	Pelajar / Mhs	16	-0.13
	Pensiunan/Ibu Rumah Tangga	22	-0.64
	Total	96	-0.43
Tempat parkir yang luas	PNS/TNI/POLRI	22	-0.14
	Peg.swasta / wiraswasta/petani	36	-0.39
	Pelajar / Mhs	16	-0.31
	Pensiunan/Ibu Rumah Tangga	22	-0.27
	Total	96	-0.29
Pelayanan dokter	PNS/TNI/POLRI	22	0.32
	Peg.swasta / wiraswasta/petani	36	0.11
	Pelajar / Mhs	16	0.44
	Pensiunan/Ibu Rumah Tangga	22	0.23
	Total	96	0.24

Pelayanan medis tidak memandang status sosial	PNS/TNI/POLRI	22	-0.41
	Peg.swasta / wiraswasta/petani	36	-0.06
	Pelajar / Mhs	16	-0.38
	Pensiunan/Ibu Rumah Tangga	22	-0.41
	Total	96	-0.27
Pelayanan bagian keuangan yang mudah	PNS/TNI/POLRI	22	-0.18
	Peg.swasta / wiraswasta/petani	36	-0.56
	Pelajar / Mhs	16	-0.50
	Pensiunan/Ibu Rumah Tangga	22	-0.55
	Total	96	-0.46
Memperhatikan menu makanan	PNS/TNI/POLRI	22	-0.14
	Peg.swasta / wiraswasta/petani	36	-0.36
	Pelajar / Mhs	16	-0.81
	Pensiunan/Ibu Rumah Tangga	22	0.09
	Total	96	-0.28
Menu makanan sesuai dengan jenis penyakit	PNS/TNI/POLRI	22	0.18
	Peg.swasta / wiraswasta/petani	36	0.44
	Pelajar / Mhs	16	0.13
	Pensiunan/Ibu Rumah Tangga	22	-0.05
	Total	96	0.22

LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Reliability

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KJ1	63.1146	37.7657	.3661	.7934
KJ2	63.5313	37.9990	.2615	.7994
KJ3	63.1354	36.9815	.4800	.7878
KJ4	63.1979	36.7709	.5091	.7863
KJ5	63.5833	38.2877	.3086	.7962
KJ6	63.5417	38.3982	.3160	.7959
KJ7	63.3542	37.4522	.3220	.7959
KJ8	63.1146	37.3025	.3902	.7920
KJ9	63.5000	38.3368	.3247	.7956
KJ10	63.4375	36.3750	.4739	.7870
KJ11	63.1146	36.2920	.5393	.7841
KJ12	63.2188	36.8674	.4548	.7886
KJ13	63.2083	38.1035	.2639	.7990
KJ14	63.7604	37.7209	.2638	.7999
KJ15	63.6042	36.3890	.4091	.7907
KJ16	63.3021	38.2973	.2775	.7978
KJ17	63.0938	37.7911	.3360	.7949
KJ18	63.3438	37.9543	.2346	.8018
KJ19	63.3333	37.3404	.3207	.7961
KJ20	63.5104	35.4315	.4510	.7879
KJ21	63.2083	38.2088	.3214	.7956

Reliability Coefficients

N of Cases = 96.0

N of Items = 21

Alpha = .8016

Reliability

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HRP1	65.4062	45.4016	.5268	.8489
HRP2	65.4271	47.2788	.4623	.8520
HRP3	65.4062	46.9595	.4764	.8514
HRP4	65.0937	47.6227	.3824	.8544
HRP5	65.3229	46.4315	.4402	.8523
HRP6	65.2500	48.1684	.3193	.8564
HRP7	65.3125	45.5224	.5264	.8489
HRP8	65.3021	46.4025	.5101	.8500
HRP9	65.3333	46.4140	.4854	.8507
HRP10	65.6042	46.0943	.4409	.8524
HRP11	65.2396	45.9525	.5200	.8494
HRP12	65.3229	46.2630	.4247	.8531
HRP13	65.2604	45.0788	.5947	.8463
HRP14	65.6250	47.5632	.2883	.8586
HRP15	65.3125	46.1118	.4737	.8510
HRP16	65.3333	46.9614	.4336	.8526
HRP17	65.2396	46.7525	.4539	.8519
HRP18	65.4167	46.4772	.4364	.8525
HRP19	65.5625	47.3855	.3005	.8582
HRP20	65.3854	46.4709	.4277	.8528
HRP21	65.5521	47.2394	.3285	.8569

Reliability Coefficients

N of Cases = 96.0

N of Items = 21

Alpha = .8585

LAMPIRAN 5.
UJI WILCOXON RANK TEST

Test Statistics^f

	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
HAR1 - KJ1	-1.918 ^a	.055
HAR2 - KJ2	-2.455 ^b	.014
HAR3 - KJ3	-2.145 ^a	.032
HAR4 - KJ4	-3.202 ^b	.001
HAR5 - KJ5	-3.798 ^b	.000
HAR6 - KJ6	-4.985 ^b	.000
HAR7 - KJ7	-1.363 ^b	.173
HAR8 - KJ8	-1.173 ^a	.241
HAR9 - KJ9	-3.106 ^b	.002
HAR10 - KJ10	-.524 ^b	.600
HAR11 - KJ11	-.926 ^a	.355
HAR12 - KJ12	-2.359 ^a	.018
HAR13 - KJ13	-.705 ^b	.481
HAR14 - KJ14	-2.402 ^b	.016
HAR15 - KJ15	-4.273 ^b	.000
HAR16 - KJ16	-.743 ^b	.457
HAR17 - KJ17	-.196 ^a	.845
HAR18 - KJ18	-.190 ^b	.849
HAR19 - KJ19	-1.158 ^a	.247
HAR20 - KJ20	-2.658 ^b	.008
HAR21 - KJ21	-2.183 ^a	.029
HARAPAN - KINERJA	-4.109 ^b	.000

a. Based on positive ranks.

b. Based on negative ranks.

c. Wilcoxon Signed Ranks Test

LAMPIRAN 6
HASIL UJI KRUSKAL WALLIS

Test Statistics^{a,b}

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Fasilitas medis yang baik	.007	1	.933
Kebersihan toilet	.017	1	.896
Kenyamanan ruangan	5.621	1	.018
Kelengkapan mebel	1.421	1	.233
Kelengkapan apotik	.247	1	.619
Tempat parkir yang luas	.151	1	.697
Pelayanan dokter	.634	1	.426
Pelayanan medis tidak memandang status sosial	.067	1	.795
Pelayanan bagian keuangan yang mudah	.084	1	.772
Memperhatikan menu makanan	.202	1	.653
Menu makanan sesuai dengan jenis penyakit	1.181	1	.277

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Jenis Kelamin

Test Statistics^{a,b}

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Fasilitas medis yang baik	.436	2	.804
Kebersihan toilet	.689	2	.709
Kenyamanan ruangan	3.673	2	.159
Kelengkapan mebel	5.183	2	.075
Kelengkapan apotik	4.261	2	.119
Tempat parkir yang luas	1.723	2	.422
Pelayanan dokter	.369	2	.831
Pelayanan medis tidak memandang status sosial	2.346	2	.309
Pelayanan bagian keuangan yang mudah	.304	2	.859
Memperhatikan menu makanan	2.033	2	.362
Menu makanan sesuai dengan jenis penyakit	1.047	2	.593

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Usia

Test Statistics^{a,b}

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Fasilitas medis yang baik	.003	1	.956
Kebersihan toilet	.875	1	.350
Kenyamanan ruangan	7.893	1	.005
Kelengkapan mebel	4.676	1	.031
Kelengkapan apotik	4.424	1	.035
Tempat parkir yang luas	.539	1	.463
Pelayanan dokter	.888	1	.346
Pelayanan medis tidak memandang status sosial	2.009	1	.156
Pelayanan bagian keuangan yang mudah	.752	1	.386
Memperhatikan menu makanan	1.077	1	.299
Menu makanan sesuai dengan jenis penyakit	.213	1	.644

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Pendidikan

Test Statistics^{a,b}

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Fasilitas medis yang baik	.563	2	.755
Kebersihan toilet	2.730	2	.255
Kenyamanan ruangan	3.468	2	.177
Kelengkapan mebel	.135	2	.935
Kelengkapan apotik	6.815	2	.033
Tempat parkir yang luas	.752	2	.686
Pelayanan dokter	4.465	2	.107
Pelayanan medis tidak memandang status sosial	5.898	2	.052
Pelayanan bagian keuangan yang mudah	.297	2	.862
Memperhatikan menu makanan	.449	2	.799
Menu makanan sesuai dengan jenis penyakit	4.435	2	.109

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Pendapatan per bulan