

TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DAN REKOMENDASI
DARI MULUT KE MULUT PADA PASIEN KLINIK
DAN RUMAH BERSALIN TABITA
GUNUNGSITOLI**



**TAPM Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Magister Manajemen**

Disusun Oleh :

YAMAN ARO TELAUMBANUA

NIM. 500014272

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS TERBUKA
JAKARTA
2015**

ABSTRACT

The Influence Of Service Quality Toward Customer's Satisfaction And The Recommendations From Mouth To Mouth To Patient at Tabita Clinic in Gunungsitoli

Yaman Aro Telaumbanua

The development of clinic in Indonesia keep on increasing, and the competition does too. To face this competition needs quality of service point to the patient's satisfaction. Service is basic effort to make differentiation between one clinic and others. If the patient gets service as their wish, it means that the clinic give satisfaction to the customers or patient. This research aims to know the influence of service quality toward the customer's satisfaction, and to know the influence of recommendation from mouth to mouth to the patient at Tabita Clinic in Gunungsitoli. This is an assosiative research. The sample of this research are 100 patients who treated at Tabita clinic. This research uses primary and secondary data. The hypothesis test uses lane analysis method with significantcy level 5%. The first structure of the determination coefficient test result (adjusted R square) is 0,505, it means 50,5% variable of customer's satisfaction can be explained by tangible, reability, responsiveness, assurance, and empathy variables. While the remaining is 49.5% can be explained by other variable which is not observed in this research. The second structure, the determination coefficient test result (adjust R square) is 0,458, it means 45,8% the variable from mouth to mouth can be explained by tangible, reability, responsiveness, assurance, and empathy variables, and the remaining is 54,2% can be explained by other variables which is not observed in this research. The third structure, the determination coefficient test result (adjust R square) is 0,456, it means 45,6% is the variable of recommendation from mouth to mouth can be explained by variable of customer's satisfaction and while the remaining is 54,4% can be explained by other variables which is not observed in this research.

Partially in the first structure, the service quality consist of five dimension

Are tangible, reliability, responsiveness, assurance, emphaty have positive influence and significant toward the customer's satisfaction to the patients at Tabita Clinic in Gunung sitoli. Partially, the second structure, from 5 dimension above, there are tangible, and reliability have positive influence and significant directly. And three others are responsiveness, assurance, and empathy have positive influence but they are not significant toward the recommendation from mouth to mouth to the patients at Tabita Klinik in Gunung Sitoli. Partially the 3rd structure, it can be seen that the customers satisfaction has positive influence and significant toward the recommendation from mouth to mouth to the patients at tabita clinic in Gunung sitoly.

Key Words: *service quality, customer stratification, the impact recommendations from mouth to mouth*

ABSTRAK
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan
Rekomendasi Dari Mulut Ke Mulut Pada Pasien
Klinik Dan Rumah Bersalin Tabita
Gunungsitoli

Yaman Aro Telaumbanua

Perkembangan Klinik di Indonesia terus meningkat sehingga persaingan juga meningkat untuk menghadapi persaingan dalam Industrinya diperlukan kualitas jasa yang mengarah pada tercapainya kepuasan pasien. Pelayanan merupakan salah satu usaha yang dapat dijadikan dasar untuk membuat perbedaan dengan klinik lain. apabila jasa yang diterima oleh konsumen melebihi atau sama dengan harapannya, maka dapat dinyatakan jasa yang diberikan oleh penyedia jasa adalah memuaskan Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan rekomendasi dari mulut ke mulut pada pasien Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli. Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif. Sampel dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap yang berjumlah 100 orang. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Pengujian hipotesis dengan menggunakan metode analisis jalur dengan taraf signifikansi 5%. Dari struktural pertama hasil uji koefisien determinasi (*adjusted R square*) sebesar 0,505, berarti 50,5% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* sedangkan sisanya sebesar 49,5% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, dari struktural kedua hasil uji koefisien determinasi (*adjusted R square*) sebesar 0,458, berarti 45,8% variabel mulut ke mulut (*word of mouth*) dapat dijelaskan oleh variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* sedangkan sisanya sebesar 54,2% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini dan dari struktural ketiga hasil uji koefisien determinasi (*adjusted R square*) sebesar 0,456, berarti 45,6% variabel rekomendasi dari mulut ke mulut dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan konsumen sedangkan sisanya sebesar 54,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pada struktural pertama secara parsial kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pasien Klinik bersalin Tabita Gunungsitoli, Pada struktural kedua secara parsial langsung kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* terdapat dua variabel yang berpengaruh langsung secara positif dan signifikan yaitu variabel *tangible* dan *reliability*, dan tiga variabel lainnya yaitu *responsiveness, assurance, dan empathy* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap rekomendasi dari mulu ke mulut (*word of mouth*) pada pasien Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli pada struktural ketiga secara parsial dapat dilihat bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) pada pasien Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli.

Kata Kunci: *kualitas pelayanan, kepuasan, rekomendasi dari mulut ke mulut*

LEMBAR PERSETUJUAN TAPM

Judul TAPM : **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Rekomendasi dari Mulut Ke Mulut pada Pasien Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli**

Penyusun TAPM : **YAMAN ARO TELAUMBANUA**
 NIM : 500014272
 Program Studi : Magister Manajemen
 Hari/Tanggal : Sabtu 6 Juni 2015

Pembimbing II.



DR. GINTA GINTING, M.BA
 NIP 19600818 198603 2 001

Pembimbing I.



Dr. ENDANG SULISTYA RINI, M.Si
 NIP 19620513 199203 2 001

Penguji Ahli.



Dr. CHAIRY, MM
 NUP 060603893

Mengetahui:

Ketua Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen
 Program Pascasarjana.



MOHAMAD NASOIA, SE, M.Sc
 NIP 19781111 200501 1 001

Direktur
 Program Pascasarjana.



SUCIATI, M.Sc, Ph.D
 NIP 19520213 198503 2 001

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS TERBUKA**

Jl. Cabe Raya, Pondok Cabe Pamulang-Tangerang Selatan
Telp. 021. 7415050, Fax 021. 7415588

PENGESAHAN

Nama : **YAMAN ARO TELAUMBANUA**
NIM : **500014272**
Program Studi : **Magister Manajemen**
Judul TAPM : **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan
Konsumen dan Rekomendasi dari Mulut Ke Mulut pada
Pasien Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli**

telah dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Tugas Akhir Program Magister (TAPM) Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Terbuka pada:

Hari/Tanggal : **Sabtu / 6 Juni 2015**
Waktu : **18.30 s.d. 20.30 WIB**

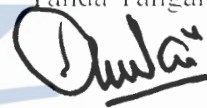
dan telah dinyatakan **LULUS**.

Panitia Penguji TAPM.

Ketua Komisi Penguji,

Drs. AMRIL LATIF, M.Si
NIP 19630101 199103 1 004

Tanda Tangan



Penguji Ahli,

Dr. CHAIRY, MM
NUP 060603893



Pembimbing I,

Dr. ENDANG SULISTYA RINI, M.Si
NIP 19620513 199203 2 001



Pembimbing II,

Dr. GENTA GINTING MBA
NIP 19600818 198603 2 001



KATA PENGANTAR

Peneliti memanjatkan puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir Program Magister (TAPM) Magister Manajemen Bidang Minat Manajemen Sumber Daya Manusia Program Pascasarjana Universitas Terbuka yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Rekomendasi dari Mulut ke Mulut pada Pasien Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli**”. Dalam menyelesaikan TAPM ini, peneliti mendapatkan bantuan bimbingan dan dorongan yang tak ternilai harganya dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dengan penuh kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang tiada terhingga, terutama kepada:

1. Ibu Prof. Ir. **TIAN BELAWATI, M.Ed., Ph.D.**, Rektor Universitas Terbuka, Ibu **SUCIATI, M.Sc., Ph.D.**, Direktur Pascasarjana Universitas Terbuka, Bapak **MOHAMAD NASOHA, SE., M.Sc.** Ketua Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen Program Pascasarjana Universitas Terbuka; dan Bapak **Drs. AMRI LATIF, M.Si.**, Kepala Unit Program Belajar Jarak Jauh Universitas Terbuka (UPBJJ-UT) Medan;
2. Ibu **Dr. ENDANG SULISTYA RINI, M.Si.**, sebagai Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan kepada peneliti dengan penuh perhatian dan kesabaran;
3. Ibu **Dr. GINTA GINTING, M.BA.**, sebagai Pembimbing II, yang juga telah memberikan bimbingan dan petunjuk selama penulisan TAPM ini;
4. Bapak dan Ibu Tutor Tatap Muka dan Tutor Online Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Terbuka, UPBJJ-UT Medan, khususnya di Kelompok Belajar (Pokjar) Gunungsitoli yang telah membekali peneliti dengan berbagai materi pendukung sejak semester pertama sampai semester terakhir;
5. Bapak **ELDELIT ZEBUA SP.**, Camat Gunungsitoli Barat Kota Gunungsitoli serta seluruh staf, tempat saya bertugas sehari-hari, yang telah memberikan kesempatan dan motivasi kepada peneliti untuk meningkatkan kompetensi akademik dengan melanjutkan pendidikan.

6. Bapak **dr IDAMAN ZEGA MM**, selaku direktur Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli beserta seluruh staff dan Karyawan yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data-data yang penulis butuhkan dalam pembahasan TAPM ini.
7. Kedua Orangtuaku Bapak **OTAHOGO TELAUMBANUA** dan Ibuku tersayang, **ASALIA HAREFA**, dan Istriku tercinta, **YANIDA HALAWA** dan putera puteri tersayang, **STEVY ROSALYNDA, SYUKUR RICARDO, SELVINA MAGDALENA DAN GRISELDA LALITA**, yang telah memberikan dorongan dan kesempatan kepada peneliti dalam melanjutkan pendidikan hingga penyelesaian penulisan TAPM ini.
8. Teman-teman mahasiswa lainnya yang telah memberikan sumbangan ide, gagasan dan masukan bagi peneliti, baik melalui tutorial online, maupun teman-teman di Pokjar Gunungsitoli; dan
9. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan TAPM ini, semoga bantuan, bimbingan dan motivasi yang telah diberikan, mendapat berkat yang tak berkesudahan dari Tuhan yang Maha Pengasih.

Peneliti menyadari bahwa penulisan TAPM ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan waktu, tenaga, dan kemampuan yang ada. Oleh sebab itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran konstruktif dari semua pihak sehingga TAPM ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca dan juga bagi peneliti sendiri sebagai salah satu upaya melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia.

Akhir kata, peneliti berharap Tugas Akhir Program Magister (TAPM) ini dapat menjadi bermakna dan bermanfaat. Terima kasih.

Gunungsitoli, Juni 2015

Peneliti,



Yaman Aro Telaumbauna
NIM 500014272

RIWAYAT HIDUP

- Nama : **Yaman Aro Telaumbanua**
- NIM : 500014272
- Program Studi : Magister Manajemen
- Tempat/tanggal lahir : Dahana, 18 Agustus 1969
- Riwayat Pendidikan : – Lulus SD Negeri 070978 Gunungsitoli, Kecamatan Gunungsitoli, Kabupaten Nias pada tahun 1983
- Lulus SMP Negeri 3, Gunungsitoli, Kecamatan Gunungsitoli, Kabupaten Nias pada tahun 1986;
- Lulus SMA Negeri Gunungsitoli di Kabupaten Nias pada tahun 1989;
- Lulus Strata Satu di Universitas Satya Negara Indonesia Jakarta pada tahun 1997.
- Lulus AKTA MENGAJAR IV (EMPAT) Universitas Terbuka Tahun 2001
- Riwayat Pekerjaan : – Tahun 2005 s.d. 2008 sebagai Guru SMA Negeri Hiliduho, Kecamatan Hiliduho, Kabupaten Nias;
- Tahun 2008 s.d. 2009 sebagai Guru SMK Negeri 2 Gunungsitoli, Kecamatan Gunungsitoli, Kota Gunung Sitoli
- Tahun 2010 s.d. 2013 sebagai Kepala Seksi PAUD dan Dikdas Dinas Pendidikan Kota Gunungsitoli,
- Tahun 2013 s.d sekarang Kasubag Program, Evaluasi dan Pelaporan Kantor Kecamatan Gunungsitoli Barat, Kota Gunungsitoli.

Gunungsitoli, Juni 2015

Peneliti,



Yaman Aro Telaumbanua
NIM 500014272

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR LAYAK UJI TAPM	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xlv
DAFTAR LAMPIRAN	XIIIV
BAB I PENDAHULUAN	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori	9
1. Kualitas Pelayanan	9
2. Kepuasan Konsumen	11
3. <i>Word of mouth</i>	16
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Berpikir	21
D. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian	26
B. Lokasi Penelitian	26
C. Populasi dan Sampel	26
D. Jenis Data	28
F. Teknik Pengumpulan Data	28
G. Definisi Operasional	29
H. Uji Validitas	34
I. Uji Reliabilitas	39
J. Metode Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Sejarah Klinik dan Rumah Sakit Tabita	48
B. Kegiatan Klinik dan Rumah Bersalin dan Sarana Pendukungnya	49

C. Karakteristik Responden	52
D. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian.....	55
E. Analisis Statistik Penelitian	69
F. Pengujian Hipotesis.....	82
G. PEMBAHASAN	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	104



DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Jumlah Pasien Klinik Dan Rumah Bersalin Tabita 2012-2014	6
3.1	Oprasional Variabel	31
3.2	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Tangible</i>	35
3.3	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Reliability</i>	36
3.4	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Responsivness</i>	36
3.5	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Assurance</i>	37
3.6	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Emphaty</i>	38
3.7	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pasien.....	39
3.8	Hasil Uji Validitas Variabel Rekomendasi dari Mulu tke Mulut.....	39
3.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Tangible</i>	40
3.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Reliability</i>	40
3.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Responsivness</i>	41
3.12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Assurance</i>	41
3.13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Emphaty</i>	42
3.14	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pasien	42
3.15	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Rekomendasi dari Mulut ke Mulut.....	43
4.1	Persentase Pengelompokan Responden Menurut Jenis Klamin.....	53
4.2	Persentase Pengelompokan Responden Menurut Jenis Usia	53
4.3	Persentase Pengelompokan Responden Menurut Pendidikan Terakhir	54
4.4	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Bukti Fisik	56
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Kehandalan.....	58
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Daya Tanggap	60
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Jaminan.....	62
4.8	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Kepedulian	64
4.9	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Kepuasan	66
4.10	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Rekomendasi dari Mulut ke Mulut	68
4.11	Hasil Uji Normalitas Pendekatan <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> ..	71
4.12	Hasil Uji Glejer Heteroskedesitas	73
4.13	Hasil Uji Nilai Tolerance dan VIF	75
4.14	Hasil Analisis Jalur Struktural Pertama	76

4.15 Hasil Ujian Koefisien Determinasi untuk Jalur Pertama	77
4.16 Hasil Analisis Jalur Struktural Kedua	78
4.17 Hasil Ujian Koefisien Determinasi untuk Jalur Kedua	80
4.18 Hasil Analisis Jalur Struktural Ketiga.....	81
4.19 Hasil Ujian Koefisien Determinasi untuk Jalur Ketiga.....	81
4.20 Uji Signifikan Parsial Struktural Pertama (Uji-t).....	83
4.21 Uji Signifikan Parsial Struktural Kedua (Uji-t)	84
4.22 Uji Signifikan Parsial Struktural Ketiga (Uji-t)	86



DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Konseptual	24
4.1	Struktur Organisasi Klinik dan Rumah Bersalin Tabita.....	51
4.2	Histogram Uji Normalitas	70
4.3	Grafik Normal Plot.....	71
4.4	<i>Scatter Plot Uji Heteroskedesitas</i>	73



DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	104
2.	Tabulasi Data	108
3.	Hasil Uji Validitas	119
4.	Hasil Uji Reliabilitas	122
5.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	124
6.	Hasil Output Analisi Jalur.....	126



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kesehatan bagi masyarakat telah menjadi suatu kebutuhan yang utama. Kebutuhan yang dimaksud adalah kebutuhan untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang layak. Seiring dengan meningkatnya taraf hidup masyarakat, maka semakin meningkat pula tuntutan masyarakat akan nilai-nilai kesehatan. Hal ini menjadikan lembaga kesehatan dituntut untuk meningkatkan kualitas akan pelayanan jasa kesehatan yang lebih baik.

Salah satu lembaga kesehatan adalah klinik, fungsi klinik dewasa ini berkembang pesat kearah pelayanan kesehatan yang menyeluruh seiring dengan berkembangnya ilmu dan teknologi baik dalam upaya penyembuhan bagi pasien yang sedang sakit maupun bagi pasien yang membutuhkan konsultasi kesehatan dan upaya pencegahan serta peningkatan kesehatan. Kelangsungan klinik di masa mendatang akan bergantung pada kemampuannya untuk memberikan respon terhadap kebutuhan pasien melalui pelayanan yang berkualitas.

Peningkatan kualitas pelayanan sebuah klinik sangat penting diperhatikan, terutama dalam masa sekarang ini dimana persaingan antar klinik berjalan ketat. Banyak Klinik swasta yang berorientasi pada laba maka hal ini akan meningkatkan persaingan. Sehingga, untuk meningkatkan daya saingan dalam Industrinya diperlukan kualitas jasa yang mengarah pada tercapainya kepuasan dan memberikan dampak terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) antar pasien.

Word of mouth (WOM) adalah suatu komunikasi personal tentang produk antar pembeli dan orang-orang disekitarnya (Kotler 2007: 63), WOM merupakan aktivitas promosi yang tingkat pengendaliannya oleh pemasar sangat rendah tetapi memberikan dampak yang sangat luar biasa terhadap produk atau merek perusahaan. Perusahaan dapat mendorong dan memfasilitasi percakapan dari mulut ke mulut tersebut dengan terlebih dahulu memastikan bahwa produk atau merek dari perusahaan memang unik, inovatif dan patut menjadi *conversation product* sehingga terciptalah WOM yang positif yang pada ujungnya akan menghasilkan penjualan bagi perusahaan (Yosevina, 2008:13).

WOM menjadi bagian penting dalam studi pemasaran mengingat bahwa komunikasi dalam WOM mampu mempengaruhi konsumen. Di sisi lain, kekuatan WOM juga bertambah mengingat bahwa manusia adalah makhluk sosial yang senang berinteraksi dan berbagi dengan sesamanya, termasuk masalah preferensi pembelian. WOM mampu menyebar begitu cepat bila individu yang menyebarkannya juga memiliki jaringan yang luas. WOM adalah suatu sarana komunikasi pemasaran yang efektif, murah, dan kredibel (kertajaya, 2007:126). WOM juga penting karena esensi pemasaran adalah mempromosikan dengan meyakinkan untuk kemudian diakhiri dengan keputusan pembelian. pasien yang paling banyak beraktivitas mengkomunikasikan dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan mampu membawa calon pasien yang lain untuk menggunakan jasa klinik Tabita. Rekomendasi kepada orang lain tersebut terjadi bukan hanya dikarenakan oleh kualitas jasa yang baik, melainkan juga karena konsumen merasakan kepuasan apabila menggunakan barang atau jasa yang dimaksud. Kepuasan yang dirasakan konsumen secara langsung akan membuat konsumen

merasa yakin bahwa sebuah klinik telah mampu berbuat sesuai dengan harapannya.

Pada prinsipnya, klinik ingin berupaya menghasilkan kualitas yang baik sehingga membuat konsumen merasa puas dan pada akhirnya berniat untuk merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain. Jadi dapat dikatakan bahwa rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) merupakan bentuk kegiatan promosi yang sangat di perlukan oleh perusahaan jasa, karena rekomendasi tersebut adalah pencerminan dari bentuk kepuasan yang diperoleh. Hal ini didukung oleh pendapat Ekotama (2009 :17), yang menyatakan bahwa rekomendasi dari mulut ke mulut adalah sebuah kegiatan promosi yang dilakukan oleh konsumen secara sukarela. Pengalaman baik dalam menggunakan jasa, maka akan membuat pasien secara sukarela menceritakan dan dan menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan jasa tersebut.

Pelayanan merupakan salah satu usaha yang dapat dijadikan dasar untuk membuat perbedaan dengan klinik lain. Bentuk pelayanan yang dilakukan Klinik yang satu dapat berbeda dengan Klinik lain. Kualitas layanan merupakan indikator mutu atau kualitas dari keberadaan jasa yang sedang digunakan. Kotler (2007:66) menyatakan bahwa *total quality management* dapat tercapai apabila terus dilakukan pengembangan dan peningkatan kualitas secara menyeluruh, baik dari segi proses, produk maupun pelayanan. Pada intinya, perbaikan mutu secara berkala dilakukan untuk meningkatkan kualitas jasa yang ditawarkan, sampai konsumen dapat merasakan manfaat jasa tersebut. Klinik harus dapat mendesain kualitas pelayanan, yaitu melalui lima dimensi jasa yang lebih unggul dari pesaing-pesaingnya untuk mengantisipasi agar klinik mampu bersaing dan dapat memberikan pelayanan yang maksimal. Lima dimensi jasa tersebut menurut

Parasuraman (2008) adalah keberwujudan (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Kepuasan konsumen dapat tercapai bila kualitas jasa yang diharapkan sesuai dengan keinginannya, Tjiptono (2007:59), menyatakan bahwa kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan. Pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Jadi, apabila jasa yang diterima oleh konsumen melebihi atau sama dengan harapannya, maka dapat dinyatakan jasa yang diberikan oleh penyedia jasa adalah memuaskan, demikian pula sebaliknya. Konsumen mengalami berbagai tingkat kepuasan dan ketidakpuasan setelah mengalami masing – masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui (Lovell dan Wright 2007 : 102). Kotler (2007 : 177) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya bila mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa).

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (Tse dan Wilton dalam Tjiptono, 2007:65). Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas jasa dan kepuasan konsumen dapat mempengaruhi loyalitas konsumen yang akan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut. Hal tersebut didukung pula oleh penelitian yang dilakukan oleh

Bowen & Chen (2001) yang menyatakan pemasar sangat mengharapkan dapat mempertahankan konsumennya dalam jangka panjang, bahkan jika mungkin untuk selamanya. Usaha ini akan mendatangkan sukses besar dalam jangka panjang. Konsumen yang loyal mempunyai kecenderungan untuk menganjurkan orang lain ke klinik dimana konsumen tersebut mendapatkan kepuasan, menjadi rekomendasi dari mulut ke mulut yang kuat.

Proses globalisasi telah memicu terjadinya perubahan disegala bidang termasuk bidang pelayanan kesehatan khususnya klinik. Meningkatnya taraf hidup masyarakat meningkatkan harapan mereka akan layanan kesehatan. Meningkatnya harapan masyarakat tersebut menuntut manajemen klinik untuk mengutamakan konsep pelayanannya pada pelayanan yang berorientasi kepuasan konsumen. Konsep bisnis layanan kesehatan masa depan cenderung memiliki karakter *technology intensive*, *heavy information technology*, *knowledge intensive*, dan *capital intensive* (Mulyadi, 2003:93). Kondisi – kondisi tersebut merupakan tantangan bagi manajemen klinik sebagai penyedia bisnis layanan kesehatan. Manajemen klinik hendaknya melakukan berbagai perubahan dalam berbagai ketersediaan jenis jasa layanan, ketersediaan sumber daya manusia, mutu pelayanan maupun biaya pelayanan. Dengan demikian, dari berbagai perubahan tersebut diharapkan tercipta kepuasan konsumen klinik dan akan meningkatkan promosi dari para pasien itu sendiri tanpa disadari yaitu promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Salah satu klinik yang ada di Gunungsitoli adalah Klinik dan Rumah Bersalin Tabita. Saat ini Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli sebagai penyedia jasa layanan kesehatan menghadapi persaingan dengan para pelaku

yang lain. Pesaing – pesaing Klinik Sakit ini diantaranya; Klinik Sakit Umum Gunungsitoli, Klinik Betesda Gunungsitoli, Klinik dan Klinik Bersalin Stela Gracia Gunungsitoli, klinik Sehat dan juga puskesmas - puskesmas yang ada di kota Gunungsitoli.

Tabel 1.1
Data Jumlah Pasien Klinik dan Rumah Bersalin Tabita
Tahun 2012-2014

Bulan	2012	2013	2014
Januari	160	123	137
Februari	135	147	130
Maret	140	139	148
April	133	119	136
Mei	150	127	159
Juni	147	161	130
Juli	162	153	143
Agustus	130	151	117
September	127	145	122
Oktober	132	141	127
November	125	133	117
Desember	121	119	120
Total	1662	1658	1586

Sumber : Klinik dan Rumah Bersalin Tabita, 2015

Dilihat dari Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah pasien pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita dari tahun 2012 sampai 2014 mengalami penurunan dan lebih rinci lagi jika dilihat dari jumlah pasien per bulan juga mengalami fluktuasi. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi penurunan jumlah pasien ini salah satunya diindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Klinik dan Rumah Bersalin Tabita terhadap para pasiennya belum baik, karena kualitas pelayanan merupakan harapan bagi pasien untuk merasa puas atas pelayanan yang diberikan Klinik dan Rumah Bersalin Tabita. Karena itu penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan hubungan yang terjadi antara kualitas jasa terhadap kepuasan pasien dan hubungannya dengan rekomendasi dari mulut ke mulut di

Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* secara parsial terhadap kepuasan konsumen Klinik Bersalin Tabita Gunungsitoli ?
2. Bagaimana pengaruh *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* secara parsial langsung terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli ?
3. Bagaimana pengaruh *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* secara parsial tidak langsung terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli ?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli ?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* secara parsial terhadap kepuasan konsumen Klinik Bersalin Tabita Gunungsitoli. ?
2. Untuk mengetahui pengaruh *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* secara parsial langsung terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) pada Klinik dan Rumah Bersalin

Tabita Gunungsitoli ?

3. Untuk mengetahui pengaruh *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* secara parsial tidak langsung terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli ?
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) Klinik Bersalin Tabita Gunungsitoli.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkuat hasil – hasil studi yang membahas hubungan antara kualitas jasa, kepuasan konsumen, dan rekomendasi dari mulut ke mulut.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi bagi pihak manajemen Klinik Bersalin Tabita Gunungsitoli tentang masalah kualitas jasa, kepuasan konsumen, dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Hasil evaluasi tersebut akan menjadi masukan yang sangat berharga bagi perumusan strategi berikutnya dalam upaya mempertahankan konsumen yang ada.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Goetsh dan Davis (Tjiptono, 2007:51) bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau memiliki harapan. Menurut *American Society for Quality Control* (Lupiyoadi, 2001:144), kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.

Konsep kualitas pelayanan pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas pelayanan yang seharusnya konsisten satu sama lainnya, yaitu: persepsi pelanggan, produk dan pelayanan, dan proses. Ketiga orientasi ini dapat dibedakan dengan jelas bahkan produknya adalah proses itu sendiri (Lupiyoadi, 2001:144).

Hedvall dan Peltschik (dalam Babacus dan Boller, 1992:266) membagi dimensi kualitas jasa menjadi 2 (dua), yaitu: *willingness and ability to serve* (kemauan dan kemampuan untuk melayani) dan *physical and psychological access* (akses fisik dan psikologis). Lovelock dan Wright (2007:96) menyatakan kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini berarti bahwa citra kualitas layanan yang baik

bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi konsumen. Sedangkan Tjiptono (2007:58) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani konsumen secara memuaskan. Suatu cara perusahaan untuk tetap dapat unggul bersaing adalah memberikan pelayanan dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan konsumen dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh Klinik, kemudian dibandingkan.

Lovelock dan Wright (2007:98) menjelaskan bahwa konsumen akan menilai kualitas jasa melalui lima dimensi pelayanan sebagai tolok ukurnya, pendapat ini didukung pula oleh atas hasil riset dari Cronin dan Taylor (1992).

Kelima dimensi tersebut yaitu :

1. Keberwujudan (*Tangible*), adalah sesuatu yang tampak atau nyata yaitu penampilan para pegawai dan fasilitas-fasilitas fisik lainnya seperti peralatan dan perlengkapan yang menunjang pelaksanaan pelayanan.
2. Keandalan (*Reliability*) merupakan kemampuan untuk memberikan secara tepat dan benar jenis pelayanan yang telah dijanjikan kepada konsumen.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu konsumen dalam memberikan pelayanan tepat waktu.
4. Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan dan kesopansantunan serta kepercayaan dari pegawai. Dimensi jaminan memiliki ciri-ciri kompensasi untuk memberikan pelayanan, sopan, dan memiliki sifat

respek terhadap konsumen.

5. Empati (*Empathy*), adalah memberikan perhatian individu secara khusus.

Dimensi empati ini memiliki ciri-ciri kemauan untuk melakukan pendekatan, memberikan perlindungan dan usaha untuk mengerti keinginan, kebutuhan, dan perasaan konsumen.

2. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) atau sering disebut juga dengan *total customer satisfaction* menurut Barkley merupakan fokus dari proses *Customer-Driven Project Management* (CPDM), bahkan dinyatakan pula bahwa kepuasan konsumen adalah kualitas. Begitu juga defenisi singkat tentang kualitas yang dinyatakan oleh Juran (1993 : 3) bahwa kualitas adalah kepuasan konsumen. Menurut Kotler yang di kutip Tjiptono (2007 : 146) bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" melakukan dan membuat. Berikut ini defenisi kepuasan konsumen dari beberapa pakar ekonomi, yaitu :

1. Menurut Kotler (2007 : 36) mengungkapkan bahwa kepuasan adalah sebagai perasaan suka/ tidak seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya.

2. Menurut Supranto (2006 : 233) menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya.
3. Menurut Tse dan Wilson (dalam Tjiptono, 2007 : 349) mendefinisikan bahwa kepuasan/ ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kinerja/ lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan.

Dari defenisi-defenisi tersebut dapat dilihat kesamaan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan atau penilaian emosional dari pelanggan atas penggunaan produk barang atau jasa ketika harapan dan kebutuhan terpenuhi. Dengan kata lain,, jika konsumen merasa apa yang diperoleh lebih rendah dari yang diharapkan maka konsumen tersebut tidak puas. Jika apa yang diperoleh konsumen melebihi apa yang diharapkan maka konsumen akan puas, sedangkan ketika apa yang diperoleh sama dengan apa yang diharapkan maka konsumen dalam keadaan netral atau merasa tidak puas dan puas.

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk (Tjiptono, 2007 : 225) antara lain meliputi :

1. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi, dan sebagainya.

2. Ciri-ciri keistimewaan tambah (*features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Keandalan (*reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan.
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, nyaman, mudah diperbaikiserta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak hanya sebatas sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik yang menarik, model/ desain, warna, dan sebagainya.

6. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Kotler (2007:72) mengemukakan empat metode yang banyak digunakan dalam mengukur kepuasan konsumen, antara lain.

1. Sistem Keluhan dan Saran

Klinik dapat menggunakan kotak saran yang diletakkan di tempat strategis, menggunakan kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa atau melalui *website*. Namun metode ini bersifat pasif, maka sulit

mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Tidak semua konsumen akan menyampaikan keluhannya, namun mereka dapat langsung berganti pemasok atau menghentikan pembelian terhadap produk atau jasa. Upaya ini juga tidak dapat dilaksanakan secara maksimal apabila Klinik tidak memberi timbal balik dan tindak lanjut yang memadai bagi konsumen yang menyampaikan keluhan dan saran mereka.

2. *Ghost Shopping*

Metode ini dilakukan dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan sebagai konsumen potensial jasa Klinik pesaing. *Ghost shoppers* dapat melaporkan temuan penting mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya. Selain itu *ghost shoppers* juga dapat mengobservasi cara Klinik dan pesaingnya melayani permintaan konsumen, menjawab pertanyaan konsumen, dan menangani setiap masalah terkait dengan keluhan konsumen.

3. *Lost Customer Analysis*

Klinik menghubungi para konsumen yang telah berhenti melakukan pembelian atau yang telah beralih pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Akan tetapi, ada kesulitan dalam pelaksanaan metode ini, yaitu mengidentifikasi dan mengontak mantan konsumen yang bersedia memberi masukan dan evaluasi kinerja Klinik.

4. Survey Kepuasan Konsumen

Penelitian mengenai kepuasan konsumen dapat dilakukan melalui survey, baik melalui via pos, telepon, e-mail, maupun wawancara langsung. Melalui survey, Klinik akan memperoleh tanggapan dan umpan langsung dari konsumen dan juga memberi sinyal positif bahwa Klinik menaruh perhatian terhadap konsumen.

Menurut Menurut Tse dan Wilton dalam Tjiptono (2007:65), kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Pelanggan yang merasa puas bahkan sangat puas atau sangat senang (*delighted customer*) cenderung akan menjadi duta atau rasul yang royal bagi perusahaan (*apostles of a firm*). Mereka akan membeli hanya dari satu pemasok dan menyebarkan berita yang baik tentang jasa dari Klinik, berdasarkan pendapat tersebut menunjukkan bahwa luas dan isi informasi dari mulut ke mulut berkaitan dengan tingkat kepuasan. Konsumen yang berpandangan kuat mungkin akan mengatakan pada orang-orang mengenai pengalaman mereka daripada orang-orang yang memiliki pandangan lemah. Konsumen yang tidak puas akan mengatakan pada banyak orang daripada konsumen yang sudah merasa sangat puas. Karyawan jasa memegang peranan penting dalam kepuasan konsumen, oleh karena itu perbaikan kualitas interaksi konsumen dengan karyawan merupakan strategi yang tepat untuk merangsang informasi dari mulut ke mulut yang positif. Menariknya, para

konsumen yang pada awalnya tidak puas dengan jasa tersebut bahkan bisa menyebarkan informasi yang positif jika mereka senang dengan cara Klinik dalam menangani pemulihan jasa.

3. Word of mouth

a. Pengertian *Word of mouth*

Silverman dalam Keumaladewi (2006:18) mendefinisikan *word of mouth* (WOM) sebagai berikut : *word of mouth is communication about product and services between people who are perceived to be independent of the company providing the product or services, in a medium perceived to be independent of the company.* Menurut Mowen mengatakan bahwa komunikasi *word of mouth* mengacu pada pertukaran komentar, pemikiran, atau ide-ide diantara dua konsumen atau lebih, yang tak satupun yang merupakan sumber pemasaran. *Word of mouth* diartikan sebagai suatu bentuk komunikasi mengenai produk barang dan jasa antara orang-orang yang independen, bukan merupakan bagian dari perusahaan penyedia barang dan jasa tersebut.

Komunikasi *word of mouth* dapat dianggap sebagai salah satu tradisional dari komunikasi pemasaran. *Word of mouth* merupakan komunikasi interpersonal yang bersifat informal dengan pelakunya konsumen sendiri bukan tenaga pemasar. *Word of mouth* dianggap sebagai bentuk iklan yang paling kredibel. Implikasinya terhadap para pemasar antara lain mereka akan berfokus pada kepuasan konsumen. *Word of mouth* adalah sebuah konsep paling sederhana dalam *marketing* namun juga sebuah konsep dalam *marketing* yang tidak akan hilang ditelan jaman. Kini para pemasar mengadopsi kembali konsep *word of mouth*. Ini karena melihat kenyataan

bahwa pembelian bukan sebagai respon dari iklan, namun sebagai respon dari apa yang mereka dengar sebelumnya dari sumber-sumber yang dipercayai (Rahadian, 2009:57).

Menurut kamalia (2006:20) dampak pemasaran *word of mouth* hampir selalu besar, bahkan lebih besar dari komunikasi personal, massa atau langsung. Menurut Harrison dalam Yusuf (2010: 23) intensitas *word of mouth* lebih dihasilkan melalui kepuasan, kepuasan menghasilkan sebuah *summative experience evaluation* dan hal ini bisa membentuk kandungan dari sebuah pesan *word of mouth*. Informasi *word of mouth* menawarkan sebelum menggunakan, sehingga konsumen mencari informasi *word of mouth* dari sumber yang telah berpengalaman dalam pemakaian suatu produk atau barang atau jasa (Chandra, 2008:64). Penjelasan ini menggambarkan pentingnya *word of mouth* untuk pemasaran kepuasan konsumen atas pengaruh teman dan secara relative akan membeli, dan ketidakpuasan konsumen akan menghalangi penjualan.

Bentuk komunikasi dari mulut ke mulut yang disampaikan orang lain, dorongan kepada rekan untuk melakukan bisnis dengan penyedia dimana mereka puas dari kepuasan konsumen yang merasa puas cenderung untuk mempertimbangkan penyedia jasa yang mampu memuaskan sebagai pertimbangan pertama jika ingin membeli produk dan jasa yang sama. Ini dikenal sebagai faktor kognitif yang ditimbulkan oleh kepuasan (Brown, 1993).

Beberapa faktor yang dapat dijadikan dasar motivasi bagi konsumen untuk melakukan *word of mouth* (Machfoedz, 2010: 78) :

1. Seseorang mungkin begitu terlibat dengan suatu produk tertentu atau aktivitas tertentu dan bermaksud membicarakan mengenai hal tersebut kepada orang lain sehingga terjadi proses *word of mouth*.
2. Seseorang mungkin banyak mengetahui mengenai produk dan menggunakan percakapan sebagai cara untuk menginformasikan kepada orang lain.
3. Seseorang mungkin mengawali suatu diskusi dengan membicarakan suatu yang keluar dari perhatian utama diskusi. Dalam hal ini mungkin saja karena adanya dorongan dan keinginan bahwa orang lain tidak boleh salah dalam memilih barang dan jangan menghabiskan waktu untuk mencari informasi mengenai suatu merek produk.

a. Penerapan Strategi Komunikasi *Word Of Mouth*

pemasar berusaha untuk mempengaruhi komunikasi *word of mouth* diantara konsumen dalam beberapa cara. Mereka dapat berusaha untuk (Machfoedz, 2010:82) :

1. Mendorong *word of mouth* melalui percobaan produk bebas
2. Mendorong *word of mouth* dalam peiklanan dengan member kesan ketika konsumen menghubungi temanya tetang produk atau pelayanan.
3. Mendorong *word of mouth* walaupun perikalann memperlihatkan tipe konsumen yang menyatakan sesuatu yang bersifat positif tentang suatu produk.
4. Menggambarkan komunikasi dari *opinion leader*.

b. indikator dari *word of mouth*

word of mouth dapat diukur dengan indikator sebagai berikut Assael dalam

Rachmanda (2009 :47) :

1. Kemauan pelanggan dalam membicarakan hal-hal positif kualitas pelayanan perusahaan kepada orang lain.
2. Rekomendasi jasa perusahaan kepada orang lain.
3. Dorongan terhadap teman/relasi untuk melakukan pembelian terhadap jasa perusahaan.

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, yaitu:

1. Widiawan & Sutedjo (2005) “Kualitas Layanan Beberapa Perusahaan Asuransi di Surabaya”. Pada penelitian dilakukan dengan metode analisis regresi berganda, *service quality* untuk ke-5 dimensi layanan. Hasil penelitian menunjukkan dimensi *empathy* yang tertinggi tingkat kepentingannya. Dimensi *reliability* menjadi dimensi dengan tingkat harapan terbesar. Dimensi layanan terbaik adalah dimensi *tangible*. Secara keseluruhan masih terjadi *gap* antara harapan dan kepuasan responden.
2. Aryani & Rosinta (2010). “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan konsumen dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan”, Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah analisis jalur, dibuat untuk menganalisis bagaimana *service quality* dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam membentuk *customer's loyalty*. Hasil menunjukkan bahwa Kelima dimensi yaitu: *physical evidence*, *empathy*,

- reliability, quickness* dan *guaranty positively* berpengaruh terhadap kualitas pelayanan (*service quality*).
3. Dama (2010). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Mandiri Cabang Gorontalo”. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah analisis regresi berganda, tujuannya menganalisis dan mengkaji kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri cabang Gorontalo baik secara simultan maupun parsial. Dimensi kualitas yang dikaji meliputi *tangible, empathy, reliability, responsibility* dan *assurance*. Hasilnya yaitu secara simultan maupun parsial, dimensi kualitas pelayanan secara nyata dan positif berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri cabang Gorontalo.
 4. Saidani & Arifin (2012) “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada *Ranch Market*. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah analisis jalur, tujuannya untuk menggambarkan secara jelas tentang produk, kualitas layanan, kepuasan konsumen, niat pembelian kembali di *Ranch Indah* Jakarta Selatan serta menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan untuk kepuasan konsumen dan menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan untuk kepuasan konsumen. Hasil dari pengujian tersebut yaitu: kualitas produk dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen dan pembelian niat kembali dan kualitas produk dan layanan mempengaruhi kepuasan konsumen
 5. Salim at all (2013). “Analisa Pengaruh *Service Quality* Terhadap

Customer Satisfaction Rempah Indonesian Restaurant” Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah analisis regresi berganda tujuannya untuk mengamati pengaruh dari *service quality* yang terdiri dari *tangible, empathy, reliability, responsiveness* dan *assurance* terhadap *customer satisfaction* restoran tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* Rempah Indonesian Restaurant. Sedangkan faktor yang berpengaruh dominan terhadap *customer satisfaction* pada restoran tersebut adalah *empathy*.

Ada terdapat perbedaan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan sekarang dimana dalam penelitian ini peneliti tidak hanya melihat pengaruh dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible, empathy, reliability, responsiveness* dan *assurance*, terhadap kepuasan konsumen namun juga melihat kepuasan konsumen yang memberi dampak kepada rekomendasi dari mulut ke mulut

C. Kerangka Berpikir

Nilai jasa/layanan konsumen (*Customer Service Value*) menunjukkan bagaimana berharganya suatu penilaian atas pengalaman suatu jasa/layanan, dan rekomendasi dari mulut ke mulut dari seseorang untuk terlibat dalam komunikasi pribadi yang membujuk orang lain. Ketika suatu pengalaman atas jasa/layanan adalah menyenangkan dan menguntungkan, konsumen akan termotivasi untuk membujuk keluarga dan teman-temannya untuk turut serta di dalam perilaku tersebut.

1. Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman *et al.*,(2008) menunjukkan bahwa kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan perlu ditingkatkan untuk memperoleh konsumen yang puas. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Pelayanan yang berkualitas dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk memenuhi harapan konsumen. Pelayanan yang sesuai kebutuhan, keinginan dan harapan akan berpengaruh pada persepsi konsumen terhadap jasa tersebut sehingga berdampak pada kepuasan konsumen.

Menurut Cronin dan Taylor (1992) terkait dengan hubungan antara kualitas jasa dan kepuasan konsumen, khususnya dalam hal apakah keduanya merupakan dua konstruk yang berbeda, secara ringkas menyatakan bahwa para manajer penyedia jasa perlu mengetahui bagaimana mengukur kualitas jasa, aspek-aspek khusus apa yang paling baik menentukan kualitas jasa itu, dan apakah konsumen membeli jasa dari sebuah Klinik karena dipersepsi memiliki kualitas yang paling tinggi atau dari Klinik yang mampu memberikan kepuasan paling tinggi.

Berdasarkan berbagai tinjauan literatur yang dilakukannya Cronin dan Taylor (1992) menyatakan bahwa ada beberapa elemen kunci yang membedakan kualitas jasa dengan kepuasan konsumen. Elemen tersebut adalah sebagai berikut.

1. Harapan untuk kualitas didasarkan atas mutu atau keunggulan yang ideal, sedangkan sejumlah isu yang termasuk bukan kualitas bisa membentuk penilaian terhadap kepuasan (seperti misalnya

- kebutuhan, kesamaan, dan persepsi terhadap keadilan).
2. Persepsi terhadap kualitas tidak memerlukan pengalaman atau jasa penyedia (*provider*), sedangkan penilaian terhadap kepuasan membutuhkan pengalaman tersebut.
 3. Kualitas diyakini memiliki antiseden konseptual yang lebih sedikit daripada kepuasan.

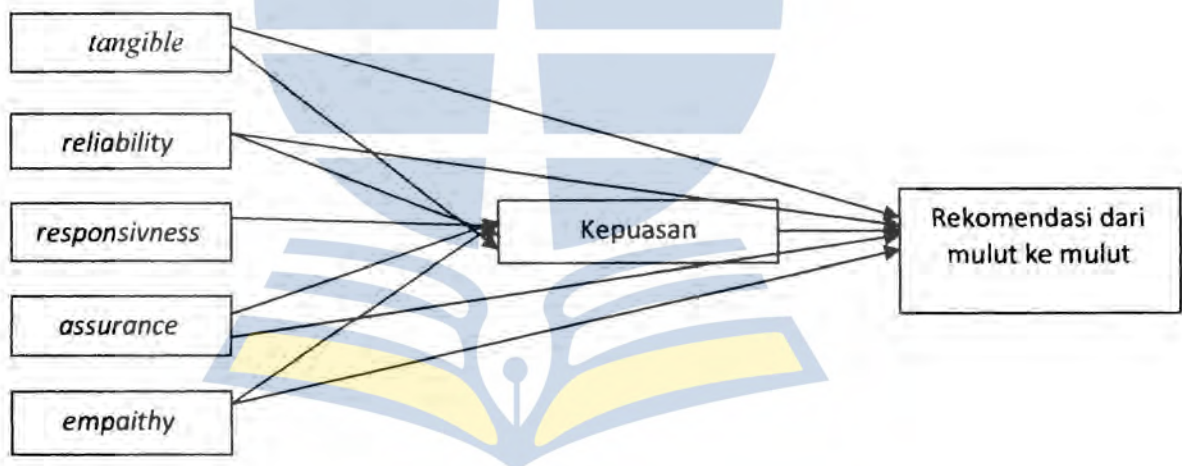
2. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Rekomendasi Dari Mulut ke Mulut (*word of mouth*)

Menurut Tse dan Wilton dalam Tjiptono (2007:65), kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Konsumen yang merasa puas bahkan sangat puas atau sangat senang (*delighted customer*) cenderung akan menjadi duta atau rasul yang royal bagi perusahaan (*Apostles of a firm*). Konsumen akan membeli hanya dari satu pemasok dan menyebarkan berita yang baik tentang produk atau Klinik. Selain itu, Lovelock dan Wright (2007 : 105) menyatakan bahwa konsumen yang sangat pula akan menyebarkan cerita positif dari mulut kemulut dan malah akan menjadi iklan berjalan dan akan berbicara bagi suatu Klinik.

3. Pengaruh 'Kualitas pelayanan terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*)

Kualitas pelayanan adalah bentuk kinerja yang diberikan pihak Klinik terhadap para pasien, dengan kualitas pelayanan yang baik maka akan membuat para pasien untuk melakukan rekomendasi kepada keluarga, kerabat, teman, bahkan orang yang belum lama dikenal dengan rekomendasi yang dilakukan oleh para pasien maka kemungkinan akan meningkatkan jumlah pasien pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita.

Sesuai dengan jumlah variabel yang teridentifikasi, maka dapat dibuat suatu konsep model hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pasien dan rekomendasi dari mulut ke mulut pada Klinik Dan Klinik Bersalin Tabita Gunungsitoli, sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah, dan kerangka konseptual yang telah di uraikan maka hipotesis penelitian ini adalah :

H1 : *Tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Klinik Bersalin Tabita Gunungsitoli.

H2 : *Tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* berpengaruh secara parsial langsung terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) pada Klinik Bersalin Tabita Gunungsitoli.

H3 : *Tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* berpengaruh secara parsial tidak langsung terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) pada Klinik Bersalin Tabita Gunungsitoli.

H4 : Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut pada Klinik dan Klinik Bersalin Tabita Gunungsitoli.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian asosiatif karena peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien dan dampaknya terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Berdasarkan bentuk hubungan antar variabelnya penelitian ini adalah hubungan sebab akibat (Sugiyono, 2006:10). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang di dalam usulan penelitian, proses, hipotesis, analisis data dan kesimpulan data sampai dengan penulisannya menggunakan aspek pengukuran, perhitungan, rumus, dan kepastian data numerik (Ginting dan Situmorang, 2008 : 172).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan obyek penelitian adalah Klinik dan Rumah Bersalin Tabita yang berlokasi di Kota Gunungsitoli.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2006 : 90) adalah : “Wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data dari para responden. Data yang diambil adalah dari sampel yang mewakili seluruh populasi. Maka sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap di Klinik dan Rumah Bersalin Tabita yaitu sebesar 6.014 pasien pada tahun 2015.

2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2006 : 91) adalah : “Bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel. Kemudian untuk menarik sampel dari populasi digunakan tehnik Proposional Random Sampling, yaitu membagi populasi kedalam kelompok – kelompok yang homogen dan kemudian diambil secara acak dari setiap bagian. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Slovin* dengan perhitungan sebagai berikut, menurut Umar (2005:145)

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

n = Besaran sampel

N = Jumlah pasien rawat inap tahun 2015

e = Penyimpangan yang ditorelir

$$n = \frac{6.014}{1 + (6.014)(0.1)^2}$$

$$= 98,36$$

Jadi jumlah sampel sebanyak 98,36 pasien atau dibulatkan menjadi 100 pasien

D. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penulisan ini diperoleh dari dua sumber, yaitu sebagai berikut:

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian, dengan menggunakan instrumen kuesioner
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber baik dari dokumen yang ada maupun literatur yang mendukung.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui:

a. Penelitian Lapangan (Umar 2005 : 170)

1. Angket (kuesioner)

Teknik yang menggunakan angket (kuesioner) adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pernyataan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pernyataan tersebut. Daftar pernyataan dapat bersifat terbuka, jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya, sedangkan bersifat tertutup jika alternatif-alternatif jawaban telah disediakan.

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data.

Pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan

yang diwawancarai, dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pernyataan untuk dijawab pada kesempatan lain.

3. Studi Pustaka

Penelitian pustaka adalah penelitian yang dilakukan dalam upaya memperoleh bahan-bahan berupa teori melalui kajian buku-buku literatur, bahan kuliah dan karangan ilmiah lainnya sebagai landasan teori.

G. Definisi Operasional

Untuk mempermudah dalam pembahasan tesis ini maka penulis menggunakan definisi operasional variabel sebagai berikut:

1. Kepuasan pasien, yaitu tingkat perasaan seseorang setelah kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan apa yang diharapkannya. Dengan tolak ukur kecepatan pemberian pelayanan dan keramah tamahan pelayanan.
2. Kualitas pelayanan, yaitu tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pasien atau kesesuaian dengan kebutuhan pasar, dengan tolak ukur *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible* yang dijelaskan sebagai berikut:
 1. Keandalan (*Reliability*) merupakan kemampuan untuk memberikan secara tepat dan benar jenis pelayanan yang telah dijanjikan kepada konsumen. Indikator yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.1.

2. *Responsiveness* (daya tanggap) adalah keinginan untuk membantu dan menyediakan jasa atau pelayanan yang dibutuhkan pasien dengan segera. Indikator yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.1.
3. *Assurance*, (jaminan) adalah adanya jaminan bahwa jasa yang ditawarkan memberikan jaminan keamanan, kemampuan (kompetensi) sumber daya tenaga kesehatan memberikan pelayanan yang sesuai dengan standard an hal-hal lain yang sifatnya memberikan jaminan bahwa seluruh unsur pemberi jasa sesuai dengan apa yang diharapkan. Indikator yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.1.
4. *Emphaty* (empati), berkaitan dengan perhatian penuh kepada pasien misalnya melayani pasien dengan ramah, kemudahan dalam mendapatkan pelayanan, keramahan serta komunikasi dan kemampuan memahami kebutuhan pasien. Indikator yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.1.
3. *Tangible* (bukti fisik) adalah aspek-aspek nyata yang dapat dilihat dan diraba. Tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana dalam proses jasa. Indikator yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.1.
5. Rekomendasi dari mulut ke mulut merupakan pernyataan yang disampaikan oleh pasien kepada pasien lain atau dari orang lain kepada pasien Assael dalam Rachmanda (2009 :47) mengungkapkan indikator dari rekomendasi dari mulut ke mulut adalah sebagai berikut :
 1. Kemauan pasien dalam membicarakan hal-hal positif tentang kualitas pelayanan klinik kepada orang lain.
 2. Rekomendasi jasa klinik kepada orang lain.
 3. Dorongan terhadap teman/relasi untuk melakukan pembelian terhadap

jasa klinik.

Indikator yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1
Oprasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Kepuasan</i> , adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan setiap kinerja jasa yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayana sesuai dengan harapan 2. Fasilitas lengkap sesuai dengan kebutuhan 3. Lokasi yang strategis 4. Perasaan nyaman 	Likert
<i>Tangible</i> , yaitu kemampuan suatu klinik dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kerapian petugas medis dan non medis dan kebersihan setiap ruangan 2. Kecanggihan peralatan serta sarana/prasarana 3. Ruang tunggu yang nyaman disediakan oleh RS 4. Penampilan dan kondisi setiap ruangan RS yang bersih 	Likert

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Emphaty</i> , yaitu memberikan perhatian, tulus, dan bersifat individual atau pribadi kepada pasien dengan berupaya memahami keinginan pasien.	<ol style="list-style-type: none">1. Keramahan yang sama tanpa memandang status pasien2. Komunikasi yang baik3. Pengertian terhadap keluhan-keluhan pasiennya4. Kemudahan dalam pelayanan, memberi apa yang dibutuhkan pasien.	Likert
<i>Reliability</i> , yaitu kemampuan klinik untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.	<ol style="list-style-type: none">1. Pelayanan tidak berbelit-belit2. Melayani dengan baik dan ramah saat melakukan pengobatan dan perawatan3. Pelayanan pemeriksaan, pengobatan dan perawatan secara tepat.4. Memberikan pelayanan dengan benar sesuai dengan prosedur yang ditetapkan dalam memberikan pelayanan selalu sesuai dengan jadwal yang ditetapkan	Likert

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Responsiveness</i> , yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pasien.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesigapan para tenaga medis Klinik dalam menangani pasien 2. Tanggapan dari Klinik terhadap saran dari para pasien 3. Segera mengatasi keluhan pasien 	Likert
<i>Assurance</i> , yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya kepada pasien klinik Tabita	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesopanan pada saat melakukan pengobatan atau perawatan 2. Dapat menumbuhkan rasa kepercayaan untuk cepat sembuh kepada pasien 3. Petugas berpengalaman dan terlatih dalam melakukan sehingga menciptakan rasa aman 4. Memberikan jaminan kesehatan kepada pasien pemeriksaan 	Likert

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Rekomendasi dari mulut ke mulut merupakan pernyataan yang disampaikan oleh pasien kepada pasien lain atau dari orang lain kepada pasien	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemauan pasien dalam membicarakan hal-hal positif tentang kualitas pelayanan klinik Tabita kepada orang lain. 2. Merekomendasikan jasa klinik kepada orang lain. 3. Dorongan terhadap teman/relasi untuk menggunakan jasa klinik 	Likert

H. Uji Validitas

Uji Validitas Data dilakukan untuk menguji keakurasian pernyataan yang di uji. Kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu sendiri (Ghozali,2005:169). Untuk mengetahui skor masing – masing item pernyataan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistik sebagai berikut :

1. Jika r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka variabel tersebut tidak valid.

Uji validitas dilakuan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk tingkat signifikansi 5 persen dari *degree of freedom* (df) = $n-k$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Data yang diperoleh harus menunjukkan hasil yang stabil dan konsisten dan bila dilakukan kembali terhadap objek yang sama. Untuk mengetahui konsistensi dari data yang dilakukan dengan uji realibilitas, suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap

pernyataan yang diajukan konsisten. Pengujian ini dilakukan oleh penulis pada klinik dan klinik bersalin Tabita. Sampel uji validitas dalam penelitian ini sebanyak. Pada penelitian ini uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan metode sekali ukur (*one shot method*), dimana metode pengukuran ini cukup dilakukan satu kali, dan dengan menggunakan program *SPSS 20.0 for windows*.

1) Hasil uji validitas instrumen variabel *tangible*

Hasil pengujian instrumen variabel *tangible* dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Variabel *Tangible*
Item-Total Statistics

No	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Butir_1	12.17	3.247	.546	.644	Valid
Butir_2	12.00	3.586	.407	.722	Valid
Butir_3	12.20	3.131	.569	.629	Valid
Butir_4	12.23	3.151	.534	.650	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Tabel 3.2 menunjukkan bahwa semua butir pernyataan memiliki nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari nilai r_{tabel} (0.361). Dengan demikian semua butir pernyataan dinyatakan valid dan kuesioner dapat dilanjutkan pada tahap pengujian reliabilitas

2) Hasil uji validitas instrumen variabel *reliability*

Hasil pengujian instrumen variabel *reliability* dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel *Reliability*
Item-Total Statistics

No	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Butir_1	12.00	3.517	.863	.744	Valid
Butir_2	12.00	3.862	.850	.758	Valid
Butir_3	12.10	4.162	.697	.820	Valid
Butir_4	11.90	4.714	.441	.922	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua butir pernyataan memiliki nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari nilai r_{tabel} (0.361). Dengan demikian semua butir pernyataan dinyatakan valid dan kuesioner dapat dilanjutkan pada tahap pengujian reliabilitas

3) Hasil uji validitas instrumen variabel *responsivness*

Hasil pengujian instrumen variabel *responsivness* dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut ini:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel *Responsivness*
Item-Total Statistics

No	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Butir_1	11.93	3.857	.831	.782	Valid
Butir_2	11.93	3.926	.874	.768	Valid
Butir_3	12.03	4.516	.542	.899	Valid
Butir_4	12.10	4.231	.653	.856	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Tabel 3.4 menunjukkan bahwa semua butir pernyataan memiliki nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari nilai r_{tabel} (0.361). Dengan

demikian semua butir pernyataan dinyatakan valid dan kuesioner dapat dilanjutkan pada tahap pengujian reliabilitas

4) Hasil uji validitas instrumen variabel *assurance*

Hasil pengujian instrumen variabel *responsivness* dapat dilihat pada Tabel 3.5 berikut ini:

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel *Assurance*
Item-Total Statistics

No	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Butir_1	12.03	3.964	.643	.810	Valid
Butir_2	12.03	3.964	.703	.784	Valid
Butir_3	11.97	3.895	.670	.798	Valid
Butir_4	11.97	4.033	.674	.796	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Tabel 3.5 menunjukkan bahwa semua butir pernyataan memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai kritis (0,501). Dengan demikian semua butir pernyataan dinyatakan valid dan kuesioner dapat dilanjutkan pada tahap pengujian reliabilitas.

5) Hasil uji validitas instrumen variabel *empower*

Hasil pengujian instrumen variabel *empower* dapat dilihat pada Tabel 3.6 berikut ini:

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel *Empathy*
Item-Total Statistics

No	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Butir_1	11.97	3.620	.694	.716	Valid
Butir_2	11.83	3.523	.781	.669	Valid
Butir_3	11.87	4.326	.547	.788	Valid
Butir_4	11.93	4.685	.471	.819	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Tabel 3.6 menunjukkan bahwa semua butir pernyataan memiliki nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari nilai r_{tabel} (0.361). Dengan demikian semua butir pernyataan dinyatakan valid dan kuesioner dapat dilanjutkan pada tahap pengujian reliabilitas.

6) Hasil uji validitas instrumen variabel kepuasan pasien

Hasil pengujian instrumen variabel kepuasan pasien dapat dilihat pada Tabel 3.7 berikut ini:

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pasien
Item-Total Statistics

No	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Butir_1	11.87	3.568	.639	.700	Valid
Butir_2	12.07	3.513	.589	.723	Valid
Butir_3	11.93	3.651	.483	.760	Valid
Butir_4	12.13	3.430	.637	.698	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Tabel 3.7 menunjukkan bahwa semua butir pernyataan memiliki nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari nilai r_{tabel} (0.361). Dengan

demikian semua butir pernyataan dinyatakan valid dan kuesioner dapat dilanjutkan pada tahap pengujian reliabilitas.

7) Hasil uji validitas instrumen variabel rekomendasi dari mulut ke mulut

Hasil pengujian instrumen variabel rekomendasi dari mulut ke mulut dapat dilihat pada Tabel 3.8 berikut ini

Tabel 3.8
Hasil Uji Validitas Variabel Rekomendasi Dari Mulut Ke Mulut
Item-Total Statistics

NO	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Butir_1	8.03	2.102	.590	.853	Valid
Butir_2	8.07	1.789	.753	.692	Valid
Butir_3	8.03	1.895	.719	.728	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Tabel 3.8 menunjukkan bahwa semua butir pernyataan memiliki nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari nilai r_{tabel} (0.361). Dengan demikian semua butir pernyataan dinyatakan valid dan kuesioner dapat dilanjutkan pada tahap pengujian reliabilitas

I. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2005: 170) Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu daftar pernyataan kuesioner yang merupakan indikator dari variabel-variabel yang diteliti. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang dinyatakan valid. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi konstruk atau variabel penelitian suatu kuesioner dikatakan Reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$, maka pernyataan tersebut dikatakan reliabel. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,70$, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel

1) Hasil uji reliabilitas instrumen variabel *tangible*.

Hasil uji reliabilitas variabel *tangible* dapat dilihat pada Tabel 3.9 berikut ini:

Tabel 3.9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Tangible*
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.724	4

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Dari hasil pengolahan data dapat dilihat pada Tabel 3.9, *Cronbach Alpha* sebesar 0,724. Karena *Cronbach's Alpha* di atas 0,70 maka seluruh butir pernyataan adalah reliabel.

2) Hasil uji reliabilitas instrumen variabel *reliability*.

Hasil uji reliabilitas variabel *reliability* dapat dilihat pada Tabel 3.10 berikut ini

Tabel 3.10
Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Reliability*
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	4

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Dari hasil pengolahan data dapat dilihat pada Tabel 3.10, *Cronbach Alpha* sebesar 0,857. Karena *Cronbach Alpha* di atas 0,70 maka seluruh butir pernyataan adalah reliabel.

3) Hasil uji reliabilitas instrumen variabel *responsivness*

Hasil uji reliabilitas variabel *responsivness* dapat dilihat pada Tabel 3.11 berikut ini:

Tabel 3.11
Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Responsivness*
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	4

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Dari hasil pengolahan data dapat dilihat pada Tabel 3.11, *Cronbach Alpha* sebesar 0,867. Karena *Cronbach's Alpha* di atas 0,70 maka seluruh butir pernyataan adalah reliabel.

4) Hasil uji reliabilitas instrumen variabel *assurance*

Hasil uji reliabilitas variabel *assurance* dapat dilihat pada Tabel 3.12 berikut ini:

Tabel 3.12
Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Assurance*
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	4

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Dari hasil pengolahan data dapat dilihat pada Tabel 3.12, *Cronbach's Alpha* sebesar 0,839. Karena *Cronbach's Alpha* di atas 0,70 maka seluruh butir pernyataan adalah reliabel.

5) Hasil uji reliabilitas instrumen variabel *empathy*

Hasil uji reliabilitas variabel *empathy* dapat dilihat pada Tabel 3.13 berikut ini:

Tabel 3.13
Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Empathy*
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	4

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Dari hasil pengolahan data dapat dilihat pada Tabel 3.13, *Cronbach's Alpha* sebesar 0,804. Karena *Cronbach's Alpha* di atas 0,70 maka seluruh butir pernyataan adalah reliabel.

6) Hasil uji reliabilitas instrumen variabel kepuasan pasien

Hasil uji reliabilitas variabel kepuasan pasien dapat dilihat pada Tabel 3.14 berikut ini:

Tabel 3.14
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pasien
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	4

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Dari hasil pengolahan data dapat dilihat pada Tabel 3.14, *Cronbach's Alpha* sebesar 0,779. Karena *Cronbach's Alpha* di atas 0,70 maka seluruh butir pernyataan adalah reliabel.

7) Hasil uji reliabilitas instrumen variabel rekomendasi dari mulut ke mulut

Hasil uji reliabilitas variabel rekomendasi dari mulut ke mulut dapat dilihat pada Tabel 3.15 berikut ini:

Tabel 3.15
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Rekomendasi
Dari Mulut Ke Mulut
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.828	3

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Dari hasil pengolahan data dapat dilihat pada Tabel 3.15, *Cronbach's Alpha* sebesar 0,828. Karena *Cronbach's Alpha* di atas 0,70 maka seluruh butir pernyataan adalah reliabel.

J. Metode Analisis Data

1. Metode Analisis Deskriptif

Yaitu suatu metode dimana data yang diperoleh, disusun, dikelompokkan, dianalisis kemudian diinterpretasikan sehingga diperoleh gambaran tentang masalah yang dihadapi dan untuk menjelaskan hasil perhitungan. Data diperoleh dari data primer berupa kuesioner yang telah diisi oleh responden penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang dibuat dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik. Uji asumsi klasik yang akan dilakukan adalah uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak.

Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Pengujian distribusi normal dilakukan dengan cara melihat histogram yang membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Disamping itu digunakan normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data yang sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data distribusi normal. Jika distribusi normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

b. Uji Heteroskedastisitas

Salah satu asumsi penting dari model regresi linear klasik adalah bahwa variance dari residual yang muncul dalam fungsi regresi adalah homokedastisitas, yaitu terjadi kesamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain . Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dilakukan uji Gletser dengan melihat tingkat signifikansi dari hasil regresi nilai absolute residual sebagai variabel terikat dengan variabel karakteristiknya. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat juga dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) pada grafik plot (Scatterplot) antara nilai prediksi variabel terkait (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).

c. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi diantara variabel bebas (independen). Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2005: 175). Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinearitas yaitu dengan menganalisis matriks korelasi variable-

variabel bebas, dan dapat juga dilihat pada nilai *tolerance* serta nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika nilai VIF tidak lebih dari 5 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0.1, maka dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas.

3. Analisis Inferensial

Alat analisis inferensial yang digunakan adalah *path Analysis* (Analisis Jalur) Menurut Sugiyono (2007: 297) analisis jalur digunakan untuk melukiskan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat (bukan bentuk hubungan interaktif/*reciprocal*). Alasan digunakannya analisis jalur adalah analisis jalur digunakan untuk mengetahui apakah data mendukung teori, yang secara a-priori dihipotesiskan, yang mencakup kaitan struktural antar variabel terukur. Untuk mengolah data digunakan alat bantu statistic SPSS versi 20 for windows.

Persamaan struktural :

$$Y_1 = \beta_{Y_1 X_1} X_1 + \beta_{Y_1 X_2} X_2 + \beta_{Y_1 X_3} X_3 + \beta_{Y_1 X_4} X_4 + \beta_{Y_1 X_5} X_5 + \varepsilon_1$$

$$Y_2 = \beta_{Y_2 X_1} X_1 + \beta_{Y_2 X_2} X_2 + \beta_{Y_2 X_3} X_3 + \beta_{Y_2 X_4} X_4 + \beta_{Y_2 X_5} X_5 + \varepsilon_2$$

$$Y_3 = \beta_{Y_3 Y_1} Y_1 + \varepsilon_3$$

4. Uji t (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya. Dengan ketentuan : jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat dikatakan signifikan yaitu terdapat pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan

variabel terikatnya. Sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel maka dapat dikatakan tidak signifikan.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan satu. Nilai koefisien determinasi kecil, berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi mendekati satu, berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali,2005:83) Dalam penelitian ini menggunakan *adjusted R square*, karena menurut Ghozali (2005:83) kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bisa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat. Oleh karena itu banyak peneliti yang menganjurkan menggunakan *adjusted R square* pada saat mengevaluasi model regresi. Tidak seperti R^2 , nilai *adjusted R^2* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Klinik dan Rumah Sakit Tabita

Para suster SCMM, mulai berkarya di Gunungsitoli dalam bidang pendidikan dan pastoral, Namun setelah melihat kondisi masyarakat di bidang kesehatan terutama di desa-desa sungguh memprihatinkan maka para suster terdorong oleh cinta dan belas kasih untuk segera menangani kondisi tersebut. maka pimpinan mengutus seorang misinaris Belanda yakni sr. Generosa seorang suster perawat untuk memulai karya tersebut yakni pada tanggal 24 juni 1968, dengan membuka “ DEPOT OBAT” yang hanya bisa di perkeenakan untuk memberikan obat tablet kepada para pasien.

Tanggal 1 oktober 1977, sr. Getruda Fau mendapat ijin untuk depot obat menjadi BP/RB Tabita. hingga tahun 2012. Tanggal 29 Maret 2012, berkat usaha dan kerja keras dari Sr. Susana Hia SCMM, dan di dukung oleh Pihak Yayasan santa maria Bunda pertolongan Abadi, para dokter dan karyawan, kepala dinas kesehatan kota dan karena banyaknya pasien dan kepercayaan masyarakat maka, keluar ijin KLINIK PRATAMA TABITA

Klinik Tabita terus maju dan makin bnayak di minati oleh masyarakat, sehingga tempat yang sebelumnya di jalan Nolam No. 2, tidak mencukupi untuk menerma rawat inap dan juga lahan parkir tidak memungkinkan, maka berkat ijin dari pimpinan SCMM, baik yang di belanda maupun yang ada di medan serta dukungan dari pihak Yayasan dan Dinas Kesehatan Kota , maka pada tnggal 09

Maret 2012, Klinik Tabita resmi pindah tempat di jalan Nilam No. 6 Kota Gunungsitoli.

1. VISI :

- a. Terangkatnya martabat dan harkat manusia sebagai citra Allah yang menderita karena kemiskinan , ketidakadilan, penindasan dan kebodohan.
- b. Berkat penyelenggaraan ilahi setiap orang di panggil menjadi abdi Allah untuk melayani dengan penuh belas kasih.

2. MISI :

- a. Menyelenggarakan pelayanan kesehatan yang bermutu kepada masyarakat yang menderita ,miskin, diperlakukan tidak adil,tertindas dan ketidak tahuan.
- b. Menyelenggarakan pembinaan SDM Yang berkesinambungan
- c. Mengupayakan pelayanan Iman kepada mereka yang menderita dengan penuh belas kasih.

3 MOTO : Marilah kepadaku, semua yang letih lesu dan berbeban berat, Aku akan memberi Kelegaan padamu

: Ketika Aku sakit , kamu merawat Aku,.

B. Kegiatan Klinik dan Rumah Bersalin dan Sarana Pendukungnya

Klinik dan Rumah Bersalin “TABITA” pada prinsipnya merupakan sarana pelayanan medis dengan penekanan terhadap upaya penyembuhan (curative) dan pemulihan (rehabilitative). Untuk penyelenggaraan pelayanan tersebut, Klinik dan Rumah Bersalin ini di dukung dengan kemampuan paramedis yang handal, yang terdiri dari 5 orang dokter, yang terdiri dari 1 orang dokter spesialis penyakit

dalam, 1 orang dokter spesialis mata dan 3 orang dokter umum dan 8 orang perawat serta 8 orang bidan.

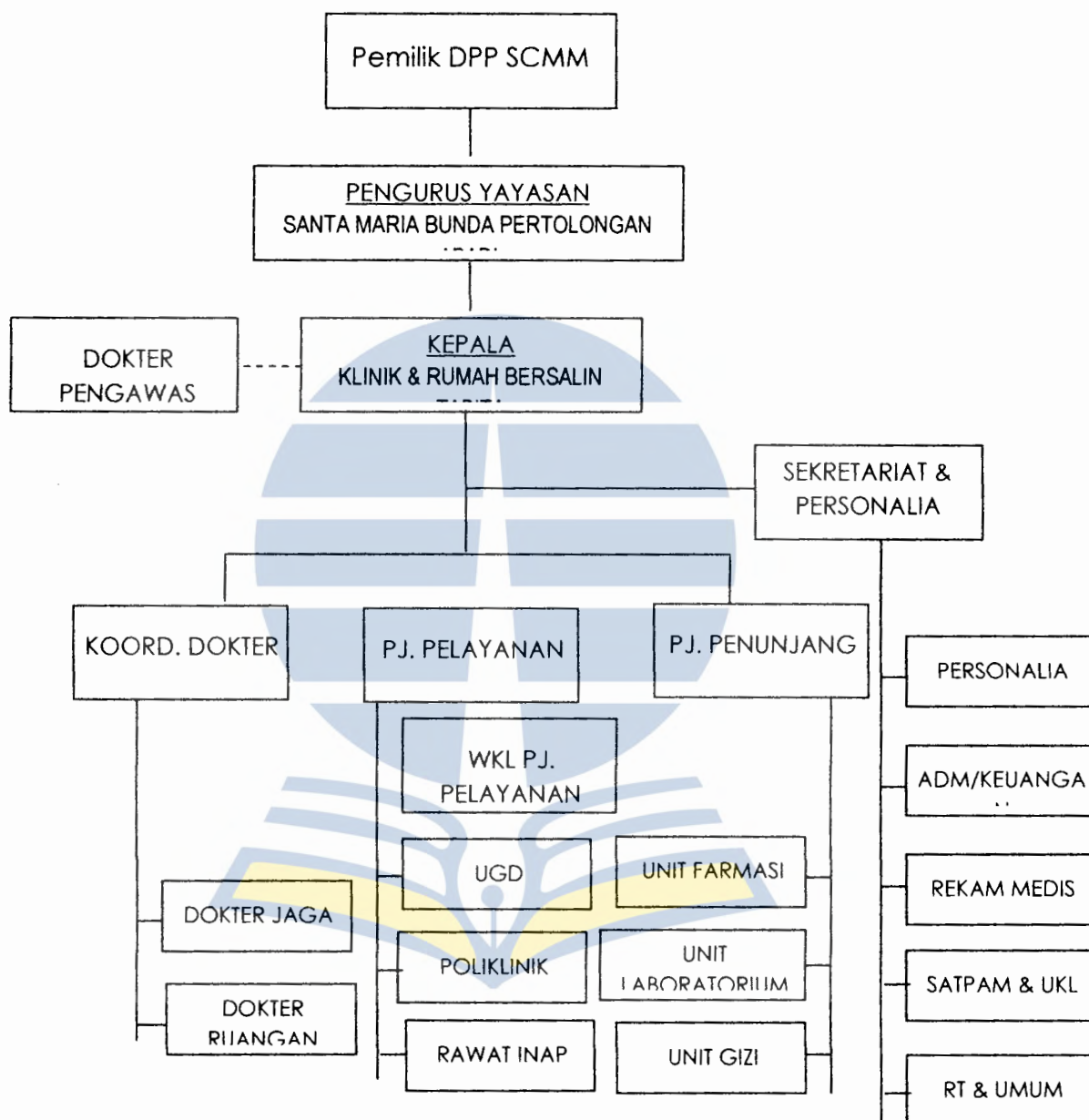
Sesuai dengan klasifikasi yang disandangnya, Klinik dan Rumah Bersalin ini mampu memberikan pelayanan kesehatan dengan sarana pendukung dan fasilitas seperti :

1. Unit Gawat Darurat (UGD)
2. Ruang Kebidanan
3. Ruang Bayi/Anak
4. Ruang Rawat Inap

Sarana pendukung lain dengan berbagai fasilitas yang tersedia antara lain :

5. Perkantoran
6. Dapur
7. Ruang Pembangkit Listrik (Genset)
8. Ruang Rekam Medis
9. Laundry
10. Laboratorium
11. Ruang untuk USG dan EKG
12. Farmasi dan Ruang Persediaan obat
13. Parkir
14. Taman (dengan di hiasi dengn bunga dan pohon buah-buahan)
15. Unit transportasi (Ambulance)
16. Unit satuan pengamanan (Satpam)
17. Alat sterilisasi Ruangan
18. IPAL (Pengolahan limbah cair)

19. Incenarator (Pengolahan limbah padat medic)
20. Tempat penyimpanan sampah domestic (sampah non medic)



Gambar : 4.1 STRUKTUR ORGANISASI KLINIK DAN RUMAH BERSALIN
TABITA
(Sumber : Klinik Dan Rumah Bersalin Tabita)

C. Karakteristik Responden

Tujuan yang ingin dicapai oleh Klinik dan rumah Bersalin Tabita gunungsitoli dalam penelitian ini adalah untuk melihat sejauh mana kualitas layanan jasa yang diberikan kepada pasien. Untuk mengimplementasikan hal tersebut maka dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden yang terlibat langsung dalam pengisian kuesioner.

Deskripsi kerarakteristik responden adalah menguraikan atau memberikan gambaran mengenai identitas responden dalam penelitian ini. Sebab dengan menguraikan karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, akan dapat diketahui identitas responden secara terperinci. Oleh karena itulah dalam deskripsi karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir.

Dalam pelaksanaan penelitian ini, ditetapkan sebesar 100 orang responden, dimana dari 100 kuesioner yang dibagikan kepada responden, semua kuesioner telah dikembalikan dan semuanya dapat diolah lebih lanjut. Oleh karena itu akan disajikan deskripsi karakteristik responden yaitu sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin dapat menunjukkan kondisi fisik dari seseorang. Dalam kaitannya dengan bidang kesehatan, jenis kelamin sering kali memberikan arti akan kekuatan fisik seseorang. Gambaran umum mengenai pasien Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.1
 Persentase Pengelompokan Responden
 Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Laki-laki	51	51,0
Perempuan	49	49,0
Total	100	100,0

Data diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 4.1, yaitu persentase responden menurut jenis kelamin, yang menunjukkan bahwa tingkat persentase pengelompokan responden yang terbesar adalah lebih banyak didominasi oleh laki-laki yaitu sebesar 51,0%. Hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar pasien rawat inap di Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli adalah lebih banyak didomisai oleh laki-laki jika dibandingkan dengan pasien yang berjenis kelamin perempuan.

2. Usia

Usia juga mencerminkan kondisi fisik dari seseorang. Dalam kaitannya dengan bidang kesehatan, umur dapat mencerminkan mengenai kebutuhan perawatan kesehatan tertentu pada diri seseorang. Dilihat dari faktor usia, responden dikelompokkan ke dalam 4 kategori yang dapat dilihat dalam Tabel berikut ini :

Tabel 4.2
 Persentase Pengelompokan Responden
 Menurut Usia

Usia	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
< 20	18	18,0
20 – 40	45	45,0
41 -60	25	25,0
> 60	12	12,0
Total	100	100,0

Data diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 4.2, yaitu persentase responden menurut usia, yang menunjukkan bahwa tingkat persentase pengelompokan responden yang terbesar adalah lebih banyak didominasi pasien yang berumur 20 – 40 tahun dengan persentase sebesar 45,0%. Hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar pasien rawat inap di Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli adalah lebih banyak didominasi oleh pasien yang berumur 20– 40 tahun sedangkan pada kelompok usia < 20 tahun persentasenya sebesar 18,0%, kelompok usia 41 – 60 sebesar 25,0% dan kelompok usia > 60 sebesar 12,0%.

3. Pendidikan Terakhir

Tingkat pendidikan mencerminkan tingkat intelektualitas dari seseorang. Kondisi ini seringkali juga mencerminkan pemilihan lokasi untuk pemeriksaan kesehatan. Gambaran umum mengenai pengunjung pengguna jasa Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli berdasarkan kelompok pendidikan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.3
Persentase Pengelompokan Responden
Menurut Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
SD	18	18,0
SMP SMA	23	23,0
Diploma Sarjana	27	27,0
	11	11,0
	21	21,0
Total	100	100,0

Data diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 4.3, yaitu persentase responden menurut pendidikan terakhir, yang menunjukkan bahwa tingkat persentase pengelompokan responden yang terbesar adalah lebih banyak didominasi pasien dari kalangan yang berpendidikan SMA sebanyak 27,0%, kemudian dari kalangan pendidikan SMP

sebanyak 23,0%, Sarjana sebesar 21,0%, SD sebesar 18,0% dan terendah Diploma sebesar 11,0%.

D. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

Untuk menunjang kepuasan pasien, maka upaya yang dilakukan oleh Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli adalah peningkatan kualitas layanan. Untuk menunjang kepuasan pasien, salah satu upaya yang dilakukan oleh setiap rumah sakit adalah penerapan dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pasien khususnya di Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli.

Adapun kualitas layanan meliputi : *Tangible*, *Emphaty*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance* dimana dalam peningkatan kualitas layanan maka dapat meningkatkan kepuasan pasien di klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli. Adapun dimensi kualitas layanan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. *Tangible* (bukti fisik)

Bukti fisik berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal dan keunggulan sarana/prasarana fisik yang digunakan dalam memberikan layanan kepada konsumen. Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai bukti fisik dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

Tabel 4.4
Deskripsi Jawaban Responden
Mengenai Bukti Fisik (*tangible*)

No. Pernyataan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	3	3,0	8	8,0	73	73,0	16	16,0	100	100
2	0	0	1	1,0	13	13,0	73	73,0	13	13,0	100	100
3	0	0	5	5,0	8	8,0	74	74,0	13	13,0	100	100
4	0	0	4	4,0	8	8,0	73	73,0	15	15,0	100	100

Data diolah, 2015

Dari hasil Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa :

1. Pada butir pernyataan ke-1 “Tenaga medis dan non medis berpenampilan rapi, sopan, serta keserasian seragam dalam menjalankan tugasnya” dari 100 responden, tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, terdapat 3 orang responden (3,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 8 orang responden (8,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 73 orang responden (73,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 16 orang responden (16,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa Tenaga medis dan non medis selalu berpenampilan rapi, sopan, serta keserasian seragam dalam menjalankan tugasnya
2. Pada butir pernyataan ke-2 “Ruangan gedung KRBTG terjaga kebersihannya” dari 100 responden, tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, terdapat 1 orang responden (1,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 13 orang responden (13,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 73 orang responden (73,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 13 orang responden (13,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan Ruangan gedung KRBTG selalu terjaga kebersihannya.

3. Pada butir pernyataan ke-3 “Ruangan tunggu di KRBTG yang nyaman dan Memadai” dari 100 responden, tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, terdapat 1 orang responden (1,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 13 orang responden (13,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 73 orang responden (73,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 13 orang responden (13,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa pasien merasa Ruangan tunggu di KRBTG nyaman dan Memadai
4. Pada butir pernyataan ke-4 “KRBTG memiliki peralatan yang canggih dalam setiap pemeriksaan” dari 100 responden, tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, terdapat 4 orang responden (4,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 8 orang responden (8,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 73 orang responden (73,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 15 orang responden (15,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa KRBTG menggunakan peralatan yang canggih dalam setiap pemeriksaan.

3. *Reliability* (kehandalan)

Kehandalan berhubungan dengan kemampuan Klinik dan Rumah Bersalin Tabita untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai kehandalan (*reliability*) dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

Tabel 4.5
Deskripsi Jawaban Responden
Mengenai Kehandalan (*reliability*)

No. Pernyataan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	5	5,0	6	6,0	54	54,0	35	35,0	100	100
2	0	0	7	7,0	8	8,0	58	58,0	27	27,0	100	100
3	0	0	0	0	8	8,0	63	63,0	29	29,0	100	100
4	1	1,0	1	1,0	12	12,0	61	61,0	25	25,0	100	100

Data diolah, 2015

Dari hasil Tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa :

1. Pada butir pernyataan ke-1 “Prosedur pelayanan di KRBTG tidak berbelit-belit” dari 100 responden, tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, terdapat 5 orang responden (5,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 6 orang responden (6,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 54 orang responden (54,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 35 orang responden (35,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa Prosedur pelayanan di KRBTG tidak berbelit-belit sehingga pasien merasa nyaman.
2. Pada butir pernyataan ke-2 “Petugas medis maupun non medis selalu bersikap rama dalam memberi pelayanan” dari 100 responden, tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, terdapat 7 orang responden (7,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 8 orang responden (8,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 58 orang responden (58,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 27 orang responden (27,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa Petugas medis

maupun non medis selalu bersikap rama dalam memberi pelayanan kepada pasien maupun keluarga pasien.

3. Pada butir pernyataan ke-3 “Pelayanan pemeriksaan, pengobatan dan perawatan cepat dan tepat.” dari 100 responden, tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, terdapat 8 orang responden (8,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 63 orang responden (63,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 29 orang responden (29,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa Pelayanan pemeriksaan, pengobatan dan perawatanyang diberikan oleh pihak klinik cepat dan tepat.
4. Pada butir pernyataan ke-4 “Pemeriksaan dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan kinerja tenaga medis dan karyawan” dari 100 responden, terdapat 1 orang responden (1,0%) menyatakan sangat tidak setuju, terdapat 1 orang responden (1,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 12 orang responden (112%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 61 orang responden (61,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 25 orang responden (25,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa Pemeriksaan dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan kinerja tenaga medis dan karyawan.

4. *Responsiveness* (daya tanggap)

Daya tanggap meliputi kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai daya tanggap (*responsiveness*) dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Deskripsi Jawaban Responden
Mengenai Daya Tanggap (*responsiveness*)

No. Pernyataan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	1	1,0	12	12,0	27	27,0	47	47,0	13	13,0	100	100
2	1	1,0	15	15,0	20	20,0	41	41,0	23	23,0	100	100
3	0	0	12	12,0	23	23,0	39	39,0	26	26,0	100	100
4	1	1,0	5	5,0	19	19,0	44	44,0	31	31,0	100	100

Data diolah, 2015

Dari hasil Tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa :

1. Pada butir pernyataan ke-1 “Petugas non medis dan medis KRBTG selalu cepat dan merespon keinginan pasien” dari 100 responden, terdapat 1 orang responden (1,0%) menyatakan sangat tidak setuju, terdapat 12 orang responden (12,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 27 orang responden (27,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 47 orang responden (47,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 13 orang responden (13,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa Petugas non medis dan medis KRBTG selalu cepat dan merespon keinginan pasien.
2. Pada butir pernyataan ke-2 “Prosedur penyampaian informasi seharusnya yang jelas dan mudah dimengerti.” dari 100 responden, terdapat 1 orang responden (1,0%) menyatakan sangat tidak setuju, terdapat 15 orang responden (15,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 20 orang responden (20,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 41 orang responden (41,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 23 orang responden (23,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa Prosedur

penyampaian informasi sudah cukup jelas dan mudah dimengerti.

3. Pada butir pernyataan ke-3 “Tenaga medis dan karyawan seharusnya memberi tanggapan yang baik dan cepat terhadap keluhan pasien” dari 100 responden, tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, terdapat 12 orang responden (12,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 23 orang responden (23,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 39 orang responden (39,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 26 orang responden (26,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa Tenaga medis dan karyawan sudah cukup memberi tanggapan yang baik dan cepat terhadap keluhan pasien.
4. Pada butir pernyataan ke-4 “Tenaga medis dan karyawan seharusnya selalu ada sesuai jadwal ” dari 100 responden, terdapat 1 orang responden (1,0%) menyatakan sangat tidak setuju, terdapat 5 orang responden (5,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 19 orang responden (19,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 44 orang responden (44,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 31 orang responden (31,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa Tenaga medis dan karyawan selalu ada sesuai jadwal jika dibutuhkan.

5. Assurance (jaminan)

Jaminan meliputi pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan pihak klinik untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada klinik. Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai jaminan (*assurance*) dapat dilihat pada Tabel berikut ini

Tabel 4.7
Deskripsi Jawaban Responden
Mengenai Jaminan (*assurance*)

No. Pernyataan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	1	1,0	10	10,0	16	16,0	51	51,0	22	22,0	100	100
2	1	1,0	4	4,0	24	24,0	100	47,0	24	24,0	100	100
3	1	1,0	10	10,0	21	21,0	34	34,0	34	34,0	100	100
4	0	0	6	6,0	13	13,0	49	49,0	32	32,0	100	100

Data diolah, 2015

Dari hasil Tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa :

1. Pada butir pernyataan ke-1 “Pasien merasa aman dan nyaman saat melakukan pengobatan di KRBTG” dari 100 responden, terdapat 1 orang responden (1,0%) menyatakan sangat tidak setuju, terdapat 10 orang responden (10,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 16 orang responden (16,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 51 orang responden (51,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 22 orang responden (22,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa Pasien merasa aman dan nyaman saat melakukan pengobatan di KRBTG.
2. Pada butir pernyataan ke-2 “Petugas medis dan non medis memiliki pengalaman dan pengetahuan yang luas” dari 100 responden, terdapat 1 orang responden (1,0%) menyatakan sangat tidak setuju, terdapat 4 orang responden (4,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 24 orang responden (24,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 47 orang responden (47,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 24 orang responden (24,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa Petugas medis dan non medis memiliki pengalaman dan pengetahuan yang luas

dalam menangani pasien.

3. Pada butir pernyataan ke-3 “Petugas medis dan non medis dapat memberikan rasa kepercayaan untuk cepat sembuh kepada pasien” dari 100 responden, terdapat 1 orang responden (1,0%) menyatakan sangat tidak setuju, terdapat 10 orang responden (10,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 21 orang responden (21,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 34 orang responden (34,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 34 orang responden (34,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa Petugas medis dan non medis dapat memberikan rasa kepercayaan untuk cepat sembuh kepada pasien agar pasien termotivasi untuk sembuh.
4. Pada butir pernyataan ke-4 “KRBTG seharusnya memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada hasil” dari 100 responden, tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, terdapat 6 orang responden (6,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 13 orang responden (13,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 49 orang responden (49,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 32 orang responden (32,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa KRBTG seharusnya memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada hasil.

2. *Emphaty* (kepedulian)

Kepedulian berkaitan dengan cara perusahaan memberikan perhatian secara tulus dan bersifat individual kepada pelanggan. Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai kepedulian dapat dilihat pada Tabel 4.8 berikut ini :

Tabel 4.8
Deskripsi Jawaban Responden
Mengenai Kepedulian (*emphaty*)

No. Pernyataan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	11	11,0	3	3,0	48	48,0	18	18,0	100	100
2	0	0	12	12,0	24	24,0	42	42,0	22	22,0	100	100
3	1	1,0	8	8,0	17	17,0	46	46,0	28	28,0	100	100
4	0	0	7	7,0	21	21,0	36	36,0	36	36,0	100	100

Data diolah, 2015

Dari hasil Tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa :

1. Pada butir pernyataan ke-1 “Petugas medis dan non medis melayani pasien tanpa memandang status pasien” dari 100 responden, tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, terdapat 11 orang responden (11,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 3 orang responden (3,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 48 orang responden (48,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 18 orang responden (18,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa Petugas medis dan non medis melayani pasien tanpa memandang status pasien.
2. Pada butir pernyataan ke-2 “Komunikasi pasien dengan tenaga medis dan karyawan berjalan baik dan lancar” dari 100 responden, tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, terdapat 12 orang responden (12,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 24 orang responden (24,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 42 orang responden (42,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 22 orang responden (22,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa Komunikasi pasien dengan tenaga medis dan karyawan berjalan baik dan lancar.
3. Pada butir pernyataan ke-3 “Pihak Puskesmas selalu memberikan perhatian

terhadap keluhan pasien” dari 100 responden, terdapat 1 orang responden (1,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 8 orang responden (8,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 17 orang responden (17,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 46 orang responden (46,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 28 orang responden (28,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa Pihak Puskesmas selalu memberikan perhatian terhadap keluhan pasien.

4. Pada butir pernyataan ke-4 “KRBTG memberikan kemudahan dalam akses pelayanan kesehatan” dari 100 responden, tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, terdapat 7 orang responden (7,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 21 orang responden (21,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 36 orang responden (36,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 36 orang responden (36,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa KRBTG memberikan kemudahan dalam akses pelayanan kesehatan.

6. Kepuasan

Kepuasan meliputi perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan setiap kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai kepuasan dapat dilihat pada Tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9
Deskripsi Jawaban Responden
Mengenai Kepuasan

No. Pernyataan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	6	6,0	18	18,0	49	49,0	27	27,0	100	100
2	0	0	3	3,0	27	27,0	41	41,0	25	25,0	100	100
3	0	0	2	2,0	24	24,0	46	46,0	28	28,0	100	100
4	1	1,0	6	6,0	14	14,0	52	52,0	27	27,0	100	100

Sumber: data diolah, 2015

Dari hasil Tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa :

1. Pada butir pernyataan ke-1 “Pelayanan jasa kesehatan di KRBTG sesuai dengan harapan pasien” dari 100 responden, terdapat 0 orang responden (0,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 6 orang responden (6,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 18 orang responden (18,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 49 orang responden (49,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 27 orang responden (27,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa Pelayanan jasa kesehatan di KRBTG sesuai dengan harapan pasien.
2. Pada butir pernyataan ke-2 “Fasilitas penunjang lengkap sesuai dengan kebutuhan pasien” dari 100 responden, terdapat 0 orang responden (0,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 3 orang responden (3,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 27 orang responden (27,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 41 orang responden (41,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 25 orang responden (25,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa Fasilitas penunjang lengkap sesuai dengan kebutuhan pasien.

3. Pada butir pernyataan ke-3 “Lokasi KRBTG yang mudah dijangkau” dari 100 responden, terdapat 0 orang responden (0,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 2 orang responden (2,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 24 orang responden (24,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 46 orang responden (46,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 28 orang responden (28,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa Lokasi KRBTG yang cukup mudah dijangkau oleh masyarakat.
 4. Pada butir pernyataan ke-4 “Pasien merasa nyaman saat petugas melakukan Pemeriksaan” dari 100 responden, terdapat 1 orang responden (1,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 6 orang responden (6,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 14 orang responden (14,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 52 orang responden (52,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 27 orang responden (27,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa Pasien merasa nyaman saat petugas melakukan Pemeriksaan.
7. Rekomendasi dari Mulut ke Mulut

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai rekomendasi dari mulut ke mulut dapat dilihat pada Tabel 4.10 berikut ini :

Tabel 4.10
Deskripsi Jawaban Responden Mengenai
Rekomendasi dari Mulut ke Mulut

No. Pernyataan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	7	7,0	15	15,0	63	63,0	15	15,0	100	100
2	0	0	2	2,0	5	5,0	67	67,0	26	26,0	100	100
3	0	0	7	7,0	10	10,0	56	56,0	27	27,0	100	100

Data diolah, 2015

Dari hasil Tabel 4.10 dapat disimpulkan bahwa :

1. Pada butir pernyataan ke-1 “Saya akan berkata positif tentang jasa yang saya dapatkan di KRBT Gunungsitoli” dari 100 responden, terdapat 0 orang responden (0,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 7 orang responden (7,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 15 orang responden (15,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 63 orang responden (63,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 15 orang responden (15,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa pasien akan berkata positif tentang jasa yang di dapatkan di KRBT Gunungsitoli
2. Pada butir pernyataan ke-2 “Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk memakai jasa KRBT Gunungsitoli” dari 100 responden, terdapat 0 orang responden (0,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 2 orang responden (2,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 5 orang responden (5,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 67 orang responden (67,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 26 orang responden (26,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa para pasien akan merekomendasikan kepada orang lain untuk memakai jasa KRBT Gunungsitoli.

3. Pada butir pernyataan ke-3 “Saya selalu menceritakan kepada orang lain jenis-jenis pelayanan Klinik dan Rumah Bersalin Tabita” dari 100 responden, terdapat 0 orang responden (0,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 7 orang responden (7,0%) menyatakan tidak setuju, terdapat 10 orang responden (10,0%) yang menyatakan kurang setuju, terdapat 56 orang responden (56,0%) yang menyatakan setuju, dan terdapat 27 orang responden (27,0%) yang menyatakan sangat setuju, hal ini dapat menjelaskan bahwa para pasien selalu menceritakan kepada orang lain jenis-jenis pelayanan Klinik dan Rumah Bersalin Tabita.

E. Analisis Statistik Penelitian

a. Uji Asumsi Klasik

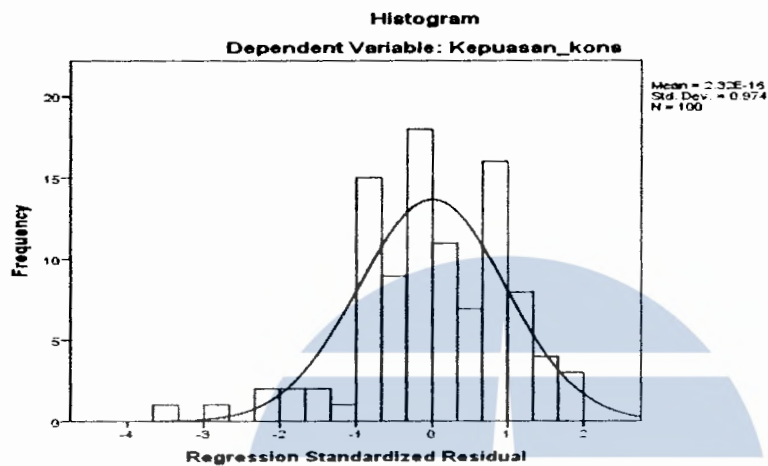
1. Uji Normalitas

Tujuan normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan pendekatan grafik dan pendekatan *kolmogorv-Smirnow*. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% (0,05) maka *Asymp,sig (2-tailed)* diatas nilai signifikansi 5% (0,05) artinya variabel residual berdistribusi normal.

Salah satu cara untuk melihat normalitas adalah dengan melihat grafik histogram dan grafik normal plot yang membandingkan antara dua observasi

dengan distribusi yang mendekati distribusi yang mendekati distribusi normal.

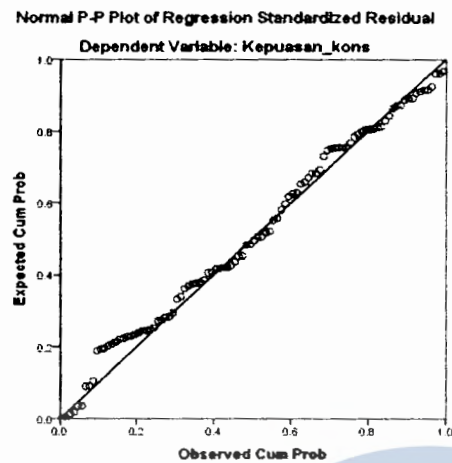
a. Pendekatan Histogram



Gambar 4.2 : Histogram Uji Normalitas
Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2015)

Pada Gambar 4.2 terlihat bahwa residual data bahwa ada kemungkinan berdistribusi tidak normal, hal ini ditunjukkan oleh distribusi data yang berbentuk lonceng dan sedikit melenceng ke ke kanan namun untuk dapat memastikan data tersebut berdistribusi normal atau tidak dapat dibandingkan dengan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* yang lebih akurat.

a. Pendekatan Grafik



Gambar 4.3 : Grafik Normal Plot
Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2015)

Pada Gambar 4.3 Normal P-P Plot terlihat titik-titik yang mengikuti data disepanjang garis normal, hal ini berarti residual data berdistribusi normal.

b. Pendekatan Kolmogorov-Smirnov

Uji normalitas dengan grafik bisa saja terlihat berdistribusi normal, padahal secara statistik tidak berdistribusi normal. Pengujian normalitas yang didasarkan dengan uji statistik *Non-parametrik Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 4.11 berikut ini

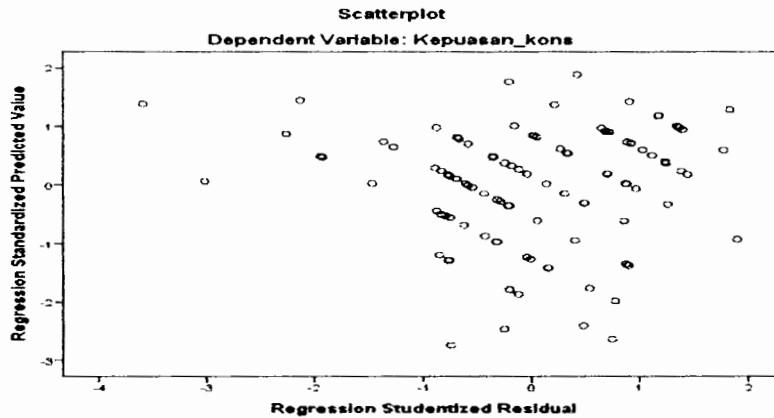
Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas Pendekatan
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.00
	Std. Deviation	1.326
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.041
	Negative	-.093
Kolmogorov-Smirnov Z		.928
Asymp. Sig. (2-tailed)		.355

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2015)



Gambar 4.4 : Scatter Plot Uji Heteroskedestisitas

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2015)

Pada Gambar 4.4 Grafik *Scatter Plot* terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini berarti tidak terjadi heteroskedestisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk tahap selanjutnya.

a. Metode Pendekatan Statistik (Uji Glejer)

Tabel 4.12
Hasil Uji Glejer Heteroskedetisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.544	1.303		-.417	.677
1					
<i>Tangible</i>	-.068	.065	-.112	-1.046	.298
<i>Reliability</i>	.034	.050	.071	.680	.498
<i>responsivness</i>	.132	.067	.227	1.949	.154
<i>Assurance</i>	.091	.066	.183	1.381	.171
<i>Empathy</i>	-.072	.044	-.197	-1.629	.107

a. Dependent Variable: *absout*

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2015)

Pada Tebel 4.12 terlihat varaibel *Independent (tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy)* yang tidak signifikan secara statistik

mempengaruhi variabel *dependent absolute Ut (AbsUt)*. Hal ini terlihat dari probabilitas X_1 (298), X_2 (498), X_3 (154), X_4 (171), X_5 (107) diatas tingkat kepercayaan 5% (0,05), jadi disimpulkan model regresi tidak mengarah adanya heteroskedestisitas.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Adanya multikolinieritas dapat dilihat dari tolerance value atau nilai *variance inflation factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Tolerance adalah mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih dan tidak dijelaskan oleh variabel independen yang lain. Nilai *Cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah apabila *Tolerance Value*, $> 0,1$ sedangkan $VIF < 5$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

Berikut ini disajikan cara medeteksi multikolinieritas dengan menganalisis matrik korelasi antar variabel independen dan perhitungan nilai *tolerance* dan *varianace inflation factor (VIF)*.

Tabel 4.13
Hasil Uji Nilai Tolerance dan VIF
Coefficients^a

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
(Constant)	-1.536	2.337		-.658	.512		
<i>Tangible</i>	.388	.116	.282	3.337	.001	.846	1.183
<i>Reliability</i>	.251	.090	.233	2.806	.006	.875	1.142
<i>Responsiveness</i>	.560	.121	.426	4.624	.000	.712	1.405
<i>Assurance</i>	.021	.119	.019	.178	.859	.551	1.816
<i>Empathy</i>	-.111	.080	-.134	-1.394	.166	.658	1.519

a. Dependent Variable: Kepuasan_kons

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2015)

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat dilihat bahwa :

1. Nilai VIF dari nilai variabel independent lebih baik kecil atau dibawah 5 (VIF<5) yaitu *tangible* (1,183), *reliability* (1,142), *responsiveness* (1,405), *assurance* (1,816), dan *empathy* (1,519), ini berarti tidak terkena multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi.
2. Nilai *Tolerance* dari variabel independent lebih besar dari 0,1 yaitu *tangible* (0,846), *reliability* (0,875), *responsiveness* (0,712), *assurance* (0,551), dan *empathy* (0,658) ini berarti tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

b. Analisis Jalur

1. Pengujian dilakukan untuk struktural pertama, yaitu :

$$Y_1 = \beta_{Y_1 X_1} X_1 + \beta_{Y_1 X_2} X_2 + \beta_{Y_1 X_3} X_3 + \beta_{Y_1 X_4} X_4 + \beta_{Y_1 X_5} X_5 + \varepsilon_1$$

Hasil analisis regresi dari persamaan struktural pertama dapat dilihat pada

Tabel 4.14 berikut :

Tabel 4.14
Hasil Analisis Jalur Struktural Pertama

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.593	2.045		-1.757	.082
<i>Tangible</i>	.303	.108	.220	2.806	.006
<i>Reliability</i>	.195	.083	.181	2.361	.020
<i>responsivness</i>	.233	.117	.178	1.991	.049
<i>Assurance</i>	.191	.095	.186	2.000	.048
<i>Empathy</i>	.312	.113	.285	2.766	.007

a. Dependent Variable: Kepuasan_konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2015)

Persamaan matematika model jalur struktural pertama :

$$Y_1 = 0,303X_1 + 0,195 X_2 + 0,233 X_3 + 0,191 X_4 + 0,312 X_5 + \varepsilon_1$$

$X_1 = 0,303$ berarti bahwa variabel *tangible* mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Apabila terjadi kenaikan variabel *tangible*, dengan menganggap faktor lain tetap maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

$X_2 = 0,195$ berarti bahwa variabel *reliability* mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Apabila terjadi kenaikan variabel *reliability*, dengan menganggap faktor lain tetap maka akan meningkatkan kepuasan konsumen

$X_3 = 0,233$ berarti bahwa variabel *responsivness* mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Apabila terjadi kenaikan variabel *responsiveness*, dengan menganggap faktor lain tetap maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

$X_4 = 0,191$ berarti bahwa variabel *assurance* mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Apabila terjadi kenaikan variabel *assurance*,

dengan menganggap faktor lain tetap maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

$X_5 = 0,312$ berarti bahwa variabel *empathy* mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Apabila terjadi kenaikan variabel *empathy*, dengan menganggap faktor lain tetap maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan kata lain, koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas yang diteliti yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen Untuk persamaan struktural pertama hasil pengujian koefisien determinasi ditunjukkan pada Tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi Untuk Jalur Pertama
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 ^a	.530	.505	1.361

a. Predictors: (Constant), *Empathy*, *Reliability*, *Tangible*, *responsiveness*, *Assurance*

b. Dependent Variable: *Kepuasan_konsumen*

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2015)

Berdasarkan Tabel 4.15 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai R sebesar 0,728, berarti hubungan antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 72,8% artinya hubungannya erat.
2. *Adjusted R Square* sebesar 0,505, berarti 50,5% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel *tangible*, *reliability*,

responsiveness, *assurance*, dan *emphaty* sedangkan sisanya sebesar 49,5% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti biaya klinik, jarak tempuh, fasilitas dan lain sebagainya.

3. Pengujian dilakukan untuk struktural kedua, yaitu :

$$Y_2 = \beta_{Y_2 X_1} X_1 + \beta_{Y_2 X_2} X_2 + \beta_{Y_2 X_3} X_3 + \beta_{Y_2 X_4} X_4 + \beta_{Y_2 X_5} X_5 + \varepsilon_2$$

Hasil analisis regresi dari persamaan struktural kedua dapat dilihat pada

Tabel 4.16 berikut :

Tabel 4.16
Hasil Analisis Jalur Struktural kedua
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-.681	1.404		-.485	.629
1					
<i>Tangible</i>	.371	.074	.410	4.996	.000
Reliability	.142	.057	.200	2.503	.014
<i>Responsiveness</i>	.096	.080	.111	1.195	.235
<i>Assurance</i>	.055	.066	.082	.837	.405
Emphaty	.141	.078	.197	1.824	.071

a. Dependent Variable: Rekomen_M_to_M

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2015)

Persamaan matematika model jalur struktural kedua :

$$Y_1 = 0,371X_1 + 0,142 X_2 + 0,096 X_3 + 0,055 X_4 + 0,141 X_5 + \varepsilon_1$$

$X_1 = 0,371$ berarti bahwa variabel *tangible* mempunyai pengaruh yang positif terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Apabila terjadi kenaikan variabel *tangible*, dengan menganggap faktor lain tetap maka akan meningkatkan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

$X_2 = 0,142$ berarti bahwa variabel *reliability* mempunyai pengaruh yang positif terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Apabila terjadi kenaikan variabel *reliability*, dengan menganggap faktor lain tetap maka akan meningkatkan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*)

$X_3 = 0,096$ berarti bahwa variabel *responsivness* mempunyai pengaruh yang positif terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Apabila terjadi kenaikan variabel *responsivness*, dengan menganggap faktor lain tetap maka akan meningkatkan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

$X_4 = 0,055$ berarti bahwa variabel *assurance* mempunyai pengaruh yang positif terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Apabila terjadi kenaikan variabel *assurance*, dengan menganggap faktor lain tetap maka akan meningkatkan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

$X_5 = 0,141$ berarti bahwa variabel *empathy* mempunyai pengaruh yang positif terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Apabila terjadi kenaikan variabel *empathy*, dengan menganggap faktor lain tetap maka akan meningkatkan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

4. Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan kata lain, koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas yang diteliti yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) Untuk persamaan

struktural kedua hasil pengujian koefisien determinasi ditunjukkan pada Tabel 4.17 berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi Untuk Jalur Kedua
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.697 ^a	.486	.458	.935

a. Predictors: (Constant), Empaty, Reability, Tangible, responsiveness, Assurance

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2015)

Berdasarkan Tabel 4.17 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai R sebesar 0,697, berarti hubungan antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap variabel mulut ke mulut (*word of mouth*) sebesar 69,7% artinya hubungannya cukup erat.
2. *Adjusted R Square* sebesar 0,458, berarti 45,8% variabel mulut ke mulut (*word of mouth*) dapat dijelaskan oleh variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* sedangkan sisanya sebesar 54,2% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti biaya klinik, jarak tempuh, fasilitas dan lain sebagainya.

5. Pengujian dilakukan untuk struktural ketiga, yaitu :

$$Y_3 = \beta Y_2 + \epsilon_3$$

Hasil analisis regresi dari persamaan struktural ketiga dapat dilihat pada Tabel 4.18 berikut :

Tabel 4.18
Hasil Analisis Jalur Struktural ketiga

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.019	.774		6.486	.000
	Kepuasan_kons	.446	.049	.679	9.167	.000

a. Dependent Variable: Rekomen_M_to_M

Persamaan matematika model jalur struktural kedua :

$$Y_2 = PY_2 0,446 + \varepsilon_2$$

$Y_2 = 0,446$ berarti bahwa variabel kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang positif terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut. Apabila terjadi kenaikan variabel kepuasan konsumen, dengan menganggap faktor lain tetap maka akan meningkatkan rekomendasi dari mulut ke mulut.

6. Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan kata lain, koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas yang diteliti yaitu kepuasan konsumen terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut. Untuk persamaan struktural kedua hasil pengujian koefisien determinasi ditunjukkan pada Tabel 4.19 berikut :

Tabel 4.19
Hasil uji koefisien determinasi untuk struktural ketiga
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.462	.456	.936

a. Predictors: (Constant), Kepuasan_konsumen

b. Dependent Variable: Rekomen_M_to_M

Berdasarkan Tabel 4.19 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai R sebesar 0,679, berarti hubungan antara variabel kepuasan konsumen terhadap variabel rekomendasi dari mulut ke mulut sebesar 67,9% artinya hubungannya sangat cukup erat.
2. *Adjusted R Square* sebesar 0,456, berarti 45,6% variabel rekomendasi dari mulut ke mulut dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan konsumen sedangkan sisanya sebesar 54,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti biaya klinik, jarak tempuh, fasilitas dan lain sebagainya.

F. Pengujian Hipotesis

Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)

Uji-t dilakukan untuk menguji secara parsial apakah *variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* secara parsial maupun masing-masing berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Klinik Bersalin Tabita.

Kriteria Pengujian adalah :

1. $H_0: b_1 = b_2 = 0$, artinya variabel bebas secara parsial tidak dapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.
2. $H_0: b_1 = b_2 \neq 0$, , artinya variabel bebas secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Besar nilai t_{tabel} untuk $\alpha = 5\%$ (0,05) dan $dk = 93$ ($dk=n-1$) adalah 1,66 .

Hasil uji-t dapat dilihat pada Tabel 4.20 berikut ini :

Tabel 4.20
Uji Signifikan Parsial Struktural Pertama (Uji-t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.593	2.045		-1.757	.082
1 <i>Tangible</i>	.303	.108	.220	2.806	.006
<i>Reliability</i>	.195	.083	.181	2.361	.020
Responsiveness	.233	.117	.178	1.991	.049
<i>Assurance</i>	.191	.095	.186	2.000	.048
Empathy	.312	.113	.285	2.766	.007

a. Dependent Variable: Kepuasan_konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2015)

Berdasarkan Tabel 4.19 dapat diketahui bahwa :

1. Variabel *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Klinik dan Rumah Bersalin Tabita. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi (0,006) lebih kecil dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} (2,806) > t_{tabel} 1,66$ artinya jika variabel *tangible* meningkat maka kepuasan konsumen akan juga meningkat.
2. Variabel *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Klinik dan Rumah Bersalin Tabita. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi (0,020) lebih kecil dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} (2,361) > t_{tabel} 1,66$ artinya jika variabel *reliability* meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.
3. Variabel *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Klinik dan Rumah Bersalin Tabita. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi (0,049) lebih kecil dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} (1,991) >$

t_{tabel} 1,66 artinya jika variabel *responsivness* meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.

4. Variabel *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Klinik dan Rumah Bersalin Tabita. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi (0,048) lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} (2,000) > t_{tabel} 1,66 artinya jika variabel *assurance* meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.
5. Variabel *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Klinik dan Rumah Bersalin Tabita. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi (0,007) lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} (2,766) > t_{tabel} 1,66 artinya jika variabel *empathy* meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.

Tabel 4.21
Uji Signifikan Parsial Struktural Kedua (Uji-t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
(Constant)	-.681	1.404		-.485	.629
1 <i>Tangible</i>	.371	.074	.410	4.996	.000
<i>Reability</i>	.142	.057	.200	2.503	.014
<i>Responsiveness</i>	.096	.080	.111	1.195	.235
<i>Assurance</i>	.055	.066	.082	.837	.405
<i>Empaty</i>	.141	.078	.197	1.824	.071

a. Dependent Variable: Rekomen_M_to_M

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2015)

Berdasarkan Tabel 4.21 dapat diketahui bahwa :

1. Variabel *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) Klinik dan Rumah Bersalin Tabita. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} (4,996) > t_{tabel} 1,66$ artinya jika variabel *tangible* meningkat maka rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) juga akan meningkat.
2. Variabel *reliability* berpengaruh positif dan signifikan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) Klinik dan Rumah Bersalin Tabita. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi (0,014) lebih kecil dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} (2,503) > t_{tabel} 1,66$ artinya jika variabel *reliability* meningkat maka rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) juga akan meningkat.
3. Variabel *responsivness* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap mulut ke mulut (*word of mouth*) Klinik dan Rumah Bersalin Tabita. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi (0,235) lebih besar dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} (1,195) < t_{tabel} 1,66$ artinya walaupun *responsiveness* ditingkatkan maka rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) tidak akan meningkat
4. Variabel *assurance* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) Klinik dan Rumah Bersalin Tabita. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi (0,405) lebih besar dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} (0,837) < t_{tabel} 1,66$ walaupun *assurance* ditingkatkan maka rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) tidak akan meningkat
5. Variabel *empathy* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) Klinik dan Rumah

Bersalin Tabita. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi (0,071) lebih besar dari 0,05 artinya walaupun *empathy* ditingkatkan maka rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) tidak akan meningkat.

Tabel 4.22
Uji Signifikan Parsial Struktural Tiga (Uji-t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.019	.774		6.486	.000
	Kepuasan konsumen	.446	.049	.679	9.167	.000

a. Dependent Variable: Rekomen_M_to_M

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (2015)

Variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut pada Klinik Bersalin Tabita. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05 artinya jika variabel kepuasan konsumen meningkat maka rekomendasi dari mulut ke mulut juga akan meningkat.

Pengaruh secara tidak langsung tidak langsung (indirect effect atau IE) yang terdapat dalam model persamaan jalur adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh *tangible* terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut melalui kepuasan konsumen pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita.

$$IE = X_1 \longrightarrow Y_1 \longrightarrow Y_2 = (0,220 \times 0,679) = 0,14938$$

2. Pengaruh *reliability* terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut melalui kepuasan konsumen pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita.

$$IE = X_2 \longrightarrow Y_1 \longrightarrow Y_2 = (0,181 \times 0,679) = 0,122899$$

3. Pengaruh *responsivness* terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut melalui kepuasan konsumen pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita.

$$IE = X_3 \longrightarrow Y_1 \longrightarrow Y_2 = (0,178 \times 0,679) = 0,120862$$

4. Pengaruh *assurance* terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut melalui kepuasan konsumen pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita.

$$IE = X_4 \longrightarrow Y_1 \longrightarrow Y_2 = (0,186 \times 0,679) = 0,126294$$

5. Pengaruh *empathy* terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut melalui kepuasan konsumen pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita.

$$IE = X_5 \longrightarrow Y_1 \longrightarrow Y_2 = (0,285 \times 0,679) = 0,193515$$

G. PEMBAHASAN

1. Pengaruh *Tangible* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli.

Berdasarkan uji secara parsial yang telah dilakukan, variabel *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli., hal ini menjelaskan jika variabel *tangible* ditingkatkan maka kepuasan konsumen pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli.juga akan meningkat.

Pada pernyataan ke-2 “Ruangan gedung KRBTG terjaga kebersihannya” pada pernyataan ini responden cenderung menjawab setuju hal menunjukkan bahwa sekitar gedung KRBTG terlihat bersih sehingga para pasien merasa nyaman berada di Klinik Tabita. Namun untuk peralatan yang digunakan pada Klinik Tabita masih ada pasien yang menyatakan kurang canggih hal ini dapat dilihat masih responden yang menjawab tidak setuju pada pernyataan ke-4 “KRBTG memiliki peralatan yang canggih dalam setiap pemeriksaan” sehingga belum seluruhnya pasien merasa yakin untuk terus menggunakan jasa dari Klinik

Tabita, dengan adanya anggapan pasien bahwa peralatan yang digunakan kurang canggih maka para pasien merasa kurang percaya pada pihak klinik bahwa akan memberikan pelayanan yang baik.

2. Pengaruh *Reliability* (Kehandalan) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli.

Berdasarkan uji secara parsial yang telah dilakukan, variabel *reliability* (kehandalan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli., hal ini menjelaskan jika variabel *tangible* ditingkatkan maka kepuasan konsumen pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli.juga akan meningkat.

Pada pernyataan ke-3 “Pelayanan pemeriksaan, pengobatan dan perawatan cepat dan tepat” pada pernyataan ini para responden cenderung menjawab setuju, hal ini menunjukkan bahwa pelayanan dalam menangani para pasien sudah cukup tepat sehingga pasien merasa puas akan pelayanan yang diberikan. Namun masih ada pasien yang merasa bahwa petugas medis maupun non medis kurang ramah terhadap pasien hal ini dilihat dari jawaban responden pada pernyataan ke-2 “Petugas medis maupun non medis selalu bersikap rama dalam memberi pelayanan” masih adanya pasien yang menjawab tidak setuju. Kurang ramahnya pelayanan para petugas medis maupun non medis akan mempengaruhi rasa puas dari pasien dan membuat pasien tidak ingin menggunakan jasa dari Klinik dan Rumah Bersalain Tabita.

3. Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli.

Berdasarkan uji secara parsial yang telah dilakukan, variabel

responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli., hal ini menjelaskan jika variabel *Responsiveness* ditingkatkan maka kepuasan konsumen pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli.juga akan meningkat.

Para pasien merasa bahwa Petugas non medis dan medis KRBTG selalu cepat dan merespon keinginan pasien hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang cenderung menjawab setuju pada pernyataan pertama “Petugas non medis dan medis KRBTG selalu cepat dan merespon keinginan pasien” daya tanggap dan kesiagaan para petugas membuat pasien merasa nyaman. Para tenaga medis dan karyawan pada Klinik sudah cukup memberi tanggapan yang baik dan cepat terhadap keluhan pasien hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang cenderung menjawab setuju pada pernyataan ke-3 “Tenaga medis dan karyawan memberi tanggapan yang baik dan cepat terhadap keluhan pasien” sehingga pasien merasakan daya tanggap yang maksimal dari pihak Klinik Tabita, dari daya tanggap maksimal maka pasien akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh pihak Klinik.

4. Pengaruh *Assurance* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli

Berdasarkan uji secara parsial yang telah dilakukan, variabel . *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli., hal ini menjelaskan jika variabel. *Assurance* ditingkatkan maka kepuasan konsumen pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli.juga akan meningkat.

Para pasien merasa aman dan nyaman saat melakukan pengobatan di

KRBTG.hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang cenderung menjawab setuju pada pernyataan ke-1 “Pasien merasa aman dan nyaman saat melakukan pengobatan di KRBTG” adanya rasa aman dan nyaman yang dirasakan oleh pasien sehingga pasien merasa mendapatkan jaminan keselamatan dan kesehatan ketika berobat di KRBTG . Para pasien merasa bahwa para petugas medis dan non medis memiliki pengalaman dan pengetahuan yang luas dalam menangani pasien, hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang cenderung menjawab setuju pada pernyataan ke-2 “Petugas medis dan non medis memiliki pengalaman dan pengetahuan yang luas” dengan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh petugas medis maupun non medis membuat pasien merasa aman dan adanya jaminan untuk sembuh, sehingga dengan perasaan aman dan jaminan untuk sembuh yang dirasakan oleh pasien maka akan membuat para pasien tidak takut atas pelayanan yang diberikan oleh pihak Klinik.

5. Pengaruh *Empathy* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli.

Berdasarkan uji secara parsial yang telah dilakukan, variabel *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli., hal ini menjelaskan jika variabel *Empathy* ditingkatkan maka kepuasan konsumen pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli.juga akan meningkat.

Para pasien merasa bahwa petugas medis dan non medis melayani pasien tanpa memandang status pasien, hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang cenderung menjawab setuju pada pernyataan ke-1 “Petugas medis dan non medis melayani pasien tanpa memandang status pasien” kepedulian petugas tanpa pilih

kasih membuat para pasien merasa diperhatikan lebih. Para pasien setuju bahwa para petugas Klinik selalu memberikan perhatian terhadap keluhan pasien, hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang cenderung menjawab setuju pada pernyataan ke-3 “Pihak Klinik selalu memberikan perhatian terhadap keluhan pasien” dengan perhatian yang diberikan pihak klinik terhadap para pasien yang cukup tinggi akan membuat para pasien merasa puas.

Tjiptono (2007:58) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani konsumen secara memuaskan. Suatu cara perusahaan untuk tetap dapat unggul bersaing adalah memberikan pelayanan dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten

Hasil penelitian secara parsial variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Widiawan & Sutedjo (2005) berjudul “Kualitas Layanan Beberapa Perusahaan Asuransi di Surabaya” bahwa *empathy*, *reliability*, *tangible* berpengaruh secara positif dan *empathy* merupakan yang paling tinggi tingkat kepentingannya. Penelitian Aryani & Rosinta (2010). Judul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan” yang menyatakan bahwa *empathy* dan *reliability* berpengaruh secara positif dan signifikan. Serta penelitian yang dilakukan oleh Dama (2010) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Mandiri Cabang Gorontalo” yang menyatakan bahwa *tangible*, *empathy*, *reability*, *responsibility* dan *assurance* berpengaruh secara positif dan signifikan.

6. Pengaruh secara parsial langsung *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*)

Berdasarkan uji secara parsial yang telah dilakukan, variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* dapat dilihat bahwa terdapat dua variabel yang berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli yaitu variabel *tangible* dan *reliability*, hal ini menjelaskan jika variabel *tangible* dan *reliability* ditingkatkan maka rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli juga akan meningkat.

Namun terdapat tiga variabel secara berpengaruh positif namun tidak signifikan yaitu variabel *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* hal ini menjelaskan walaupun variabel *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* ditingkatkan tidak akan maka rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) tidak akan meningkat. Hal ini membuktikan bahwa tidak berpengaruh secara maksimal jika kualitas pelayanan langsung mempengaruhi rekomendasi dari mulut ke mulut, jadi para pasien harus merasa puas terlebih dahulu atas pelayanan yang diberikan pihak Klinik terhadap para pasien sehingga dengan rasa puas yang dirasakan akan membuat pasien tanpa disadari mereka melakukan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) kepada keluarga, kerabat, teman bahkan orang lain yang baru dikenal.

7. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Rekomendasi Dari Mulut Ke Mulut Pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli.

Berdasarkan uji secara parsial yang telah dilakukan, variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli., hal ini menjelaskan jika variabel Kepuasan konsumen ditingkatkan maka rekomendasi dari mulut ke mulut pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli juga akan meningkat, atas apa yang akan direkomendasikan oleh para konsumen yang pernah datang ke klinik Tabita tergantung bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak klinik terhadap para pasiennya. Menurut Tse dan Wilton dalam Tjiptono (2007:65), kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Pelanggan yang merasa puas bahkan sangat puas atau sangat senang (*delighted customer*) cenderung akan menjadi duta atau rasul yang royal bagi perusahaan (*apostles of a firm*).

Kepuasan pasien atas pelayanan yang diberikan oleh Klinik Tabita sudah cukup baik dan hampir memenuhi ekspektasi dari para pasien hal ini dapat dilihat pada butir pernyataan kepuasan pasien yang mana responden cenderung menjawab setuju seperti pada pernyataan pertama “Pelayanan jasa kesehatan di KRBTG sesuai dengan harapan pasien”. Pernyataan ke-2 “Fasilitas penunjang lengkap sesuai dengan kebutuhan pasien”. Melihat dari jawaban responden maka

dapat dilihat kepuasan dari pasien sudah cukup terpenuhi baik dari segi pelayanan, fasilitas bahkan kenyamanan yang diperoleh dari Klinik Tabit. Dari kepuasan yang dirasakan oleh pasien maka hal ini akan mempengaruhi apa yang akan disampaikan kepada pasien lain atau rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), hal ini juga terlihat dari jawaban responden pada rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang mana responden cenderung menjawab setuju seperti pada pernyataan pertama “Saya akan berkata positif tentang jasa yang saya dapatkan di KRBT Gunungsitoli” pernyataan ke-2 “Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk memakai jasa KRBT Gunungsitoli” pernyataan ke-3 “Saya selalu menceritakan kepada orang lain jenis-jenis pelayanan Klinik dan Rumah Bersalin Tabita”. Maka yang disampaikan kepada orang lain adalah hal-hal yang positif mengenai Klinik Tabita. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Klinik Bersalin Tabita Gunungsitoli dapat mempengaruhi kepuasan pasien dan mempengaruhi rekomendasi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh pasien, apa yang akan direkomendasikan tergantung pengalaman apa yang diperoleh pasien karena itu rekomendasi yang diberikan tergantung dari kualitas pelayanan dan kepuasan yang diperoleh.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan apa yang menjadi tujuan awal penelitian, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dapat diketahui pada struktural pertama *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* secara parsial dapat meningkatkan kepuasan pasien Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli sehingga dapat dikatakan jika *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* ditingkatkan maka kepuasan yang dirasakan oleh pasien juga akan meningkat.
2. Dapat diketahui pada struktural kedua *tangible, dan reliability*, secara parsial langsung dapat meningkatkan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli, dan untuk tiga variabel lainnya yaitu *responsiveness, assurance, empathy* secara parsial tidak dapat meningkatkan kepuasan pasien Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli sehingga dapat dikatakan walaupun, *responsiveness, assurance, dan empathy* ditingkatkan maka rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli oleh pasien tidak akan meningkat.
3. Dapat diketahui bahwa dari hasil uji yang dilakukan pengaruh kepuasan pasien mempengaruhi rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) pada Klinik Bersalin Tabita Gunungsitoli. Sehingga dapat dikatakan jika kepuasan pasien semakin meningkat maka rekomendasi dari mulut ke mulut

(*word of mouth*) juga akan meningkat dan apa yang akan dikatakan oleh pasien adalah hal-hal yang positif karena pasien merasa puas atas pelayanan yang di berikan Klinik dan rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli

4. Dari hasil analisis koefisien determinasi untuk struktural pertama diperoleh nilai R *adjusted Square* (R^2) sebesar 0,505. Hal ini berarti 50,5% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, sedangkan sisanya sebesar 49,5% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini
5. Dari hasil analisis koefisien determinasi untuk struktural kedua diperoleh nilai R *adjusted Square* (R^2) sebesar 0,458. Hal ini berarti 45,8% variabel rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dapat dijelaskan oleh variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, sedangkan sisanya sebesar 54,2% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
6. Dari hasil analisis koefisien determinasi untuk struktural ketiga *Adjusted R Square* sebesar 0,456, berarti 45,6% variabel rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan konsumen sedangkan sisanya sebesar 54,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi bagi pihak manajemen Klinik Bersalin Tabita Gunungsitli tentang masalah kualitas jasa, kepuasan konsumen, dan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Hasil evaluasi tersebut akan menjadi masukan yang sangat

berharga bagi perumusan strategi berikutnya dalam upaya mempertahankan konsumen yang ada dimana *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* dapat meningkatkan kepuasan pasien sehingga berdampak kepada rekomendasi positif dari mulut ke mulut yang dilakukan para pasien.

2. Dalam kaitannya dengan bukti fisik, Klinik dan Rumah Bersalin Tabita perlu untuk melakukan penambahan alat-alat yang canggih yang dapat menunjang kinerja para tenaga medis, Untuk fasilitas yang disediakan sudah bagus, tetapi masih perlu untuk ditingkatkan yaitu dengan memperbaiki fasilitas-fasilitas yang ada di Klinik, seperti tersedianya alat komunikasi disetiap ruang Klinik, sehingga pasien dapat dengan mudah menghubungi perawat jaga jika membutuhkan bantuan.
3. Dalam kaitannya dengan kehandalan, kehandalan karyawan dalam melayani pasien dirasa sudah cukup baik, Klinik harus mampu mempertahankan jika perlu lebih ditingkatkan lagi. Misalnya, perawat harus selalu siap sedia di jadwal masing-masing agar apabila ada pasien yang butuh bantuan dapat segera dilayani. Prosedur pelayanan juga diharapkan tidak berbelit-belit dan juga meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan karyawan dengan memberikan pelatihan, sehingga karyawan dapat dengan cepat dan tepat dalam melayani pasien.
4. Dalam kaitannya dengan daya tanggap, daya tanggap yang diberikan oleh karyawan sudah cukup bagus, ini perlu untuk ditingkatkan, upaya ini dapat dilakukan dengan cara karyawan Klinik harus cepat tanggap terhadap keinginan pasien yaitu harus adanya karyawan yang selalu siap sedia di

Klinik, sehingga ketika pasien membutuhkan bantuan bisa ditangani secepat mungkin, tanpa harus menunggu lama. Karyawan Klinik dan Rumah Bersalin Tabita harus lebih cepat tanggap terhadap keluhan pasien, apabila ada pasien yang membutuhkan bantuan atau ada yang mengeluhkan sesuatu yang berhubungan dengan kerusakan fasilitas atau pelayanan yang diberikan, maka karyawan bisa dengan cepat membantu dan menyelesaikan masalah. Pelayanan yang cepat juga mempengaruhi kepuasan pasien karena biasanya pasien tidak sabar apabila harus menunggu lama.

5. Dalam kaitannya dengan jaminan, Klinik dan Rumah Bersalin Tabita perlu meningkatkan jaminan yang menjadi salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Jaminan yang diberikan oleh pihak Klinik sudah cukup baik, perlu ditingkatkan dan dipertahankan keramahan karyawan, karena sikap karyawan yang ramah akan membuat pasien merasa senang dan nyaman dalam menerima pelayanan yang diberikan, dan perlu ditingkatkan lagi pengetahuan karyawan dengan cara memberikan pelatihan kepada karyawan sehingga pasien merasa nyaman pada saat di berikan pelayanan, untuk keamanan yang diberikan oleh Klinik dan Rumah Bersalin Tabita sudah cukup bagus dengan adanya perawat yang berjaga selama 24 jam ini akan membuat para pasien merasa aman dan nyaman untuk menginap di Klinik dan Rumah Bersalin Tabita
6. Dalam kaitannya dengan kepedulian, kepedulian yang diberikan oleh karyawan kepada pasien sudah cukup baik, dan ini harus dipertahankan dan ditingkatkan dengan cara karyawan harus lebih peka terhadap

keinginan dan kebutuhan pasien, serta mengembangkan kemampuan berkomunikasi

7. antara karyawan dengan pasien agar pasien merasa nyaman dan puas menggunakan jasa Klinik dan Rumah Bersalin Tabita , dan berkeinginan untuk kembali menggunakan jasa penginapan Klinik dan Rumah Bersalin Tabita. Kualitas pelayanan perlu diperhatikan oleh pihak Klinik dan Rumah Bersalin Tabita, karena semakin baik kualitas pelayanan di mata pasien dan semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh pasien maka akan semakin baik pula citra Klinik dan Rumah Bersalin Tabita di lingkungan masyarakat sehingga para pasien tanpa sadar akan merekomendasikan Klinik dan Rumah Bersalin Tabita kepada keluarga, kerabat, teman, dan orang lain yang baru ditemui sehingga pasien pada Klinik dan Rumah Bersalin Tabita juga dapat meningkat.
8. Maka dapat diambil keputusan bagi pemimpin Klinik Dan Rumah Bersalin Tabita untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pasien juga dapat meningkat sehingga tercipta rekomendasi yang positif dari mulut ke mulut agar lebih banyak lagi pasien yang datang ke Klinik Dan Rumah Bersalin Tabita
9. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkuat hasil – hasil studi yang membahas hubungan antara kualitas jasa, kepuasan konsumen, dan rekomendasi dari mulut ke mulut dan diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat meneliti variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani & Rosinta (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan konsumen dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Tesis*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana.
- Babakus, E dan Boller. (1992). An Empirical Assesment of The SERVQUAL Scale, *Journal of Business Research*. *Jurnal Manajemen Indonesia*. Vol. 67.
- Babin, Barry J, Yong-Ki Lee, Eun-Ju Kim, Mitch Griffin. (2005). Modeling Consumer Satisfaction and Word- of- Mouth : Restaurant Patronage in Korea. *Journal of Services Marketing*, 19, pp. 133-139.
- Bowen, J.T. and Chen, S. (2001), The Relationship Between Customer Loyalty and Customer Satisfaction, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, No.13. Vol. 5, pp.213-217.
- Browne, M. W. (1993). *Testing Structural Equation Models*. Newbury Park: Sage Publications.
- Chandra, Handi. (2008). *Marketing Untuk Orang Awam*. Palembang: Masicom.
- Cronin, JJ. Jr. and S,A, Taylor. (1992). Measuring Service Quality :A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*. 56 (July 1992). pp. 55-68.
- Dama. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Mandiri Cabang Gorontalo. *Sinergi Kajian Bisnis dan Manajemen*, Vol. 7, No. 1, h. 69-87.
- Ekotama, Suryono. (2009). *Cara Gampang Bikin Standard Operating Procedure Agar Roda Usaha Lebih Tertata*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Ekotama, Suryono. (2009). *Trik Jitu Promosi Murah Meriah*. Jakarta. Cemerlang Publishing.
- Ghozali, Imam. (2005). *Model Persamaan Struktural, Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS Ver. 5.0*. Edisi II. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husain Umar. (2005). *Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pusat.
- Juran, Joseph M. (1993). *Quality Planning and Analysis*. Edisi ketiga. Mc-Graw Hill Book, Inc. New York.

- Kartajaya, H. (2007). *Hermawan kartajaya on Segmentation*, Bandung : PT. Mizan Pustaka.
- Keumaladewi,F,Ninna. (2006). Pengaruh Word Of Mouth Erhadap Persepsi Keadilan, Kepuasan, Intensitas Pembelian Ulang Pelanggan Pasca Keluhan.*Tesis* FE UI.
- Kotler. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Milenium. Jakarta : PT.Rineka Cipta.
- Lovelock, Christoper & Wright , Lauren K. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT. Indeks, Indonesia.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi pemasaran modern*, Yogyakarta: Cakra ilmu.
- Parasuraman, A, V Zeithaml, and LL Berry (1988). SERVQUAL: A Multiple item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64 (Spring), 12-40.
- Rachmanda. Yuldhastia 2009 *Anlasis Strategi Bauran Promosi*. Bandung: Remaja Rodaskarya.
- Saidani & Arifin. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada *Ranch Market*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, No. 3 Jilid 10 2005, h. 153-165.
- Salim at all (2013). “Analisa Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction Rempah Indonesian Restaurant*. *of Marketing Vol.58*. 125 – 131.
- Situmorang., Syafrizal H. (2008). *Filsafat dan Metode Riset*, USU Press, Medan.
- Sugiyono. 2006 . *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabet
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Cetakan Ketiga. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Tjiptono, fandy. 2007. *Service Management*. Jakarta Timur : Prenada Media.
- Widiawan & Sutedjo. (2005). Kualitas Layanan Beberapa Perusahaan Asuransi di Surabaya. *Jurnal Manajemen Indonesia*. Vol 2, No 4.
- Yosevina, Christina. (2008). “Word Of Mouth. *Journal of Business* Vol 3, No.4, pp. 5-6.

LAMPIRAN**LAMPIRAN 1****PERTAYAAN KUISIONER***Petunjuk pengisian*

Berilah tanda “□” pada jawaban yang anda pilih sesuai dengan apa yang anda alami/rasakan.

Kategori pilihan jawaban dan keterangan

- a. Sangat setuju (SS)
- b. Setuju (S)
- c. Kurang Setuju (KS)
- d. Tidak Setuju (TS)
- e. Sangat Tidak Setuju (STS)

KRBTG (Klinik dan Rumah Bersalin Tabita Gunungsitoli)

Identitas Responden

- a. Nama : _____
- b. Usia : _____ Tahun
- c. Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan
- d. Pendidikan Terakhir : SD/SMP/SMA/Diploma/S1

A. Dimensi Kualitas Layanan (X)

No.	Pe	SS	S	KS	TS	STS
1	Tenaga medis dan non medis berpenampilan rapi, sopan, serta keserasian seragam dalam menjalankan					
2	Ruangan gedung KRBTG terjaga					
3	Ruangan tunggu di KRBTG yang nyaman dan					
4	KRBTG memiliki peralatan yang canggih					

No.	Per	SS	S	KS	TS	STS
1	Petugas medis dan non medis melayani pasien					
	Komunikasi pasien dengan tenaga medis dan karyawan berjalan baik dan lancar					
3	Pihak Puskesmas selalu memberikan perhatian					
4	KRBTG memberikan kemudahan dalam					

No.	Pernya	SS	S	KS	TS	STS
1	Prosedur pelayanan di KRBTG tidak berbelit-belit					
2	Petugas medis maupun non medis selalu bersikap					
3	Pelayanan pemeriksaan, pengobatan dan perawatan cepat dan tepat.					
4	Pemeriksaan dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan					
	kinerja tenaga medis dan karyawan.					

No.	Pernya	SS	S	KS	TS	STS
1	Petugas non medis dan medis KRBTG selalu cepat dan merespon keinginan pasien					
	Prosedur penyampaian informasi seharusnya yang jelas dan mudah dimengerti.					
	Tenaga medis dan karyawan seharusnya memberi tanggapan yang baik dan cepat terhadap keluhan pasien.					

4	Tenaga medis dan karyawan seharusnya selalu ada sesuai jadwal.					
---	----------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Pasien merasa aman dan nyaman saat melakukan					
2	Petugas medis dan non medis memiliki					
3	Petugas medis dan non medis dapat memberika rasa kepercayaan untuk cepat sembuh					
4	KRBTG seharusnya memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada hasil					

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Pelayanan jasa kesehatan di KRBTG sesuai					
2	Fasilitas penunjang lengkap sesuai dengan					
3	Lokasi KRBTG yang mudah dijangkau					
4	Pasien merasa nyaman saat petugas melakukan					

No	Pernyataan	SS	S	S
1	Saya akan berkata positif tentang jasa yang saya dapatkan di KRBT Gunungsitoli			
2	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk memakai jasa KRBT Gunungsitoli			
3	Saya selalu menceritakan kepada orang lain jenis-jenis pelayanan Klinik dan Rumah Bersalin Tabita.			



LAMPIRAN 2

Tangible						Reability					
No	1	2	3	4	total	NO	1	2	3	4	Total
1	4	4	4	5	17	1	5	4	4	3	16
2	4	4	4	4	16	2	5	4	4	3	16
3	4	4	4	4	16	3	5	5	5	4	19
4	5	5	5	5	20	4	4	5	5	4	18
5	4	4	4	4	16	5	5	4	4	5	18
6	4	4	4	4	16	6	5	4	4	5	18
7	4	3	4	4	15	7	4	5	5	4	18
8	3	4	4	5	16	8	4	4	4	3	15
9	4	4	4	4	16	9	5	5	4	4	18
10	4	4	4	4	16	10	4	4	4	5	17
11	4	4	5	3	16	11	5	4	4	5	18
12	5	5	2	5	17	12	5	4	4	5	18
13	4	4	4	4	16	13	4	5	4	5	18
14	4	4	4	4	16	14	5	5	4	5	19
15	4	3	4	3	14	15	4	5	5	3	17
16	4	4	4	4	16	16	4	5	5	4	18
17	4	4	4	4	16	17	5	4	5	4	18
18	4	4	4	5	17	18	4	4	5	5	18
19	4	3	4	3	14	19	4	4	4	5	17
20	4	4	4	4	16	20	5	4	4	5	18
21	4	4	4	4	16	21	5	5	5	4	19
22	5	3	5	4	17	22	4	4	4	5	17
23	4	4	3	4	15	23	4	4	5	5	18
24	3	4	3	4	14	24	4	4	5	4	17
25	4	4	4	4	16	25	4	5	4	4	17
26	3	4	3	4	14	26	4	4	4	4	16
27	5	3	3	5	16	27	4	5	3	4	16
28	4	4	4	4	16	28	4	3	5	4	16
29	4	5	5	4	18	29	4	5	5	5	19
30	4	4	4	4	16	30	4	4	4	4	16
31	4	4	4	5	17	31	4	4	4	4	16
32	4	4	4	4	16	32	5	5	5	5	20
33	4	4	4	4	16	33	4	5	5	4	18
34	3	5	4	5	17	34	4	4	4	5	17
35	4	4	4	4	16	35	4	5	4	4	17
36	4	3	4	4	15	36	5	4	5	5	19
37	4	4	4	4	16	37	5	5	4	4	18

38	4	3	5	4	16	38	4	5	5	4	18
39	4	4	4	4	16	39	4	4	5	4	17
40	4	4	4	4	16	40	5	4	4	5	18
41	4	5	4	3	16	41	5	4	4	3	16
42	5	5	2	5	17	42	4	5	4	4	17
43	4	5	4	4	17	43	5	5	4	5	19
44	4	4	4	4	16	44	4	4	5	4	17
45	4	4	4	4	16	45	5	5	5	4	19
46	5	4	4	5	18	46	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16	47	5	4	4	4	17
48	5	4	4	4	17	48	4	4	4	3	15
49	3	4	4	5	16	49	4	4	4	4	16
50	5	5	5	5	20	50	4	4	4	4	16
51	5	4	5	4	18	51	5	5	3	3	16
52	4	4	4	4	16	52	4	4	4	4	16
53	4	4	4	4	16	53	3	4	3	3	13
54	4	4	4	4	16	54	4	4	4	4	16
55	4	4	4	4	16	55	3	2	3	4	12
56	2	4	2	4	12	56	3	2	3	3	11
57	4	4	4	4	16	57	5	4	4	3	16
58	4	4	4	4	16	58	4	3	4	5	16
59	4	4	4	4	16	59	5	3	4	5	17
60	4	4	4	4	16	60	4	4	4	4	16
61	5	4	4	4	17	61	4	4	4	4	16
62	3	4	4	3	14	62	4	4	4	4	16
63	4	4	4	4	16	63	4	4	4	4	16
64	5	3	4	5	17	64	5	4	4	4	17
65	4	4	5	4	17	65	5	3	4	3	15
66	4	4	4	4	16	66	5	4	5	4	18
67	4	4	4	4	16	67	5	4	5	4	18
68	4	4	4	4	16	68	5	5	5	4	19
69	4	3	4	4	15	69	4	2	4	4	14
70	5	5	4	4	18	70	4	4	4	5	17
71	4	2	3	4	13	71	4	4	4	5	17
72	3	4	2	4	13	72	4	4	4	5	17
73	4	5	4	4	17	73	4	4	3	4	15
74	4	4	4	4	16	74	5	4	4	3	16
75	4	4	4	4	16	75	3	4	4	4	15
76	5	4	5	2	16	76	3	2	4	4	13
77	4	4	4	4	16	77	5	3	4	4	16
78	5	4	4	4	17	78	4	4	5	4	17

79	3	4	5	4	16	79	4	4	5	4	17
80	5	5	5	2	17	80	4	4	5	4	17
81	4	4	5	4	17	81	4	4	5	4	17
82	4	4	4	4	16	82	4	5	3	4	16
83	4	4	4	4	16	83	5	5	4	4	18
84	2	4	2	4	12	84	4	5	4	4	17
85	2	4	3	2	11	85	4	3	4	4	15
86	4	3	4	3	14	86	5	4	4	4	17
87	4	4	3	2	13	87	4	4	4	4	16
88	5	5	4	5	19	88	5	4	4	4	17
89	4	4	4	3	15	89	4	4	4	4	16
90	4	4	4	4	16	90	5	3	4	4	16
91	4	3	4	4	15	91	3	5	5	4	17
92	4	5	5	4	18	92	4	4	4	5	17
93	4	4	4	5	17	93	4	4	5	4	17
94	4	4	4	4	16	94	5	4	4	5	18
95	4	4	4	3	15	95	2	5	5	1	13
96	4	4	3	4	15	96	2	2	3	4	11
97	4	4	4	4	16	97	2	3	4	4	13
98	4	4	4	4	16	98	2	2	4	4	12
99	4	3	4	4	15	99	2	4	4	4	14
100	4	3	4	4	15	100	4	2	4	2	12

Responsiveness						Assurance					
NO	1	2	3	4	total	No	1	2	3	4	Total
1	3	5	2	5	15	1	3	4	3	5	15
2	4	3	5	4	16	2	3	5	5	5	18
3	4	3	3	4	14	3	5	2	3	5	15
4	3	5	5	3	16	4	3	4	5	5	17
5	4	4	2	5	15	5	5	4	2	4	15
6	5	3	3	4	15	6	5	1	4	4	14
7	2	3	4	5	14	7	2	5	3	5	15
8	4	5	3	5	17	8	5	3	5	5	18
9	4	4	4	4	16	9	3	4	5	5	17
10	3	4	3	5	15	10	4	4	4	4	16
11	2	2	5	5	14	11	5	3	2	5	15
12	4	4	3	5	16	12	4	4	4	4	16
13	3	4	5	5	17	13	5	5	3	5	18
14	4	5	3	4	16	14	4	3	4	4	15
15	2	5	5	4	16	15	4	2	3	3	12
16	4	3	4	5	16	16	3	3	5	4	15

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

58	4	5	4	4	17	58	5	4	5	3	17
59	2	4	5	4	15	59	5	4	4	3	16
60	4	4	4	4	16	60	4	4	4	4	16
61	4	4	5	3	16	61	4	4	4	4	16
62	4	4	3	3	14	62	2	4	3	4	13
63	4	4	5	5	18	63	4	5	4	4	17
64	4	5	4	4	17	64	4	4	5	4	17
65	4	5	3	5	17	65	3	4	5	3	15
66	3	5	4	3	15	66	4	4	5	4	17
67	3	5	5	2	15	67	5	4	5	4	18
68	3	5	3	3	14	68	4	3	3	4	14
69	4	5	4	4	17	69	4	5	4	2	15
70	2	4	5	4	15	70	5	5	4	4	18
71	4	4	5	4	17	71	5	4	4	4	17
72	4	3	2	3	12	72	5	5	4	4	18
73	4	4	2	4	14	73	4	3	3	4	14
74	4	5	4	4	17	74	3	5	5	4	17
75	5	4	4	4	17	75	4	4	3	4	15
76	4	4	4	3	15	76	4	5	3	4	16
77	5	5	5	3	18	77	4	4	5	3	16
78	4	4	4	2	14	78	4	4	4	4	16
79	4	4	4	3	15	79	4	4	4	4	16
80	4	4	4	3	15	80	4	5	4	4	17
81	5	4	4	3	16	81	4	4	4	4	16
82	5	4	4	4	17	82	4	5	4	5	18
83	4	5	4	2	15	83	4	4	5	5	18
84	3	2	3	2	10	84	4	4	2	3	13
85	3	3	2	4	12	85	4	4	4	3	15
86	5	2	4	3	14	86	4	5	5	4	18
87	3	2	4	4	13	87	4	4	4	4	16
88	3	2	4	4	13	88	4	4	5	4	17
89	3	2	4	4	13	89	4	5	4	4	17
90	3	4	3	2	12	90	4	4	5	3	16
91	4	3	4	5	16	91	4	4	3	5	16
92	5	4	4	5	18	92	5	5	4	4	18
93	4	4	4	4	16	93	4	4	4	4	16
94	4	5	4	3	16	94	5	4	5	4	18
95	1	2	5	5	13	95	2	3	4	2	11
96	3	2	3	4	12	96	2	3	4	2	11
97	4	4	2	4	14	97	2	3	4	2	11
98	5	4	2	4	15	98	2	3	4	2	11

99	4	3	4	4	15	99	4	4	4	4	16
100	4	3	4	4	15	100	5	4	4	5	18

Empathy						Kepuasan Konsumen					
NO	1	2	3	4	total	NO	1	2	3	4	Total
1	4	4	3	4	15	1	4	3	4	4	15
2	5	4	5	4	18	2	5	4	5	5	19
3	5	4	4	2	15	3	4	3	4	4	15
4	3	5	4	5	17	4	5	5	4	4	18
5	5	2	5	3	15	5	4	4	3	4	15
6	4	4	1	4	13	6	4	4	3	3	14
7	2	5	4	4	15	7	5	3	3	4	15
8	5	5	4	4	18	8	5	5	5	4	19
9	4	4	5	4	17	9	4	5	4	5	18
10	4	3	4	4	15	10	4	4	5	4	17
11	3	4	3	5	15	11	5	3	4	4	16
12	4	2	4	5	15	12	4	4	4	5	17
13	5	5	5	3	18	13	4	5	5	5	19
14	4	3	3	5	15	14	5	4	3	4	16
15	4	4	2	3	13	15	4	3	4	3	14
16	3	5	4	3	15	16	4	3	5	4	16
17	3	3	4	5	15	17	4	5	3	5	17
18	5	4	3	3	15	18	5	4	4	5	18
19	4	2	3	5	14	19	3	4	5	2	14
20	2	5	5	4	16	20	4	5	3	5	17
21	4	3	4	4	15	21	5	5	4	4	18
22	3	4	5	5	17	22	5	4	5	5	19
23	4	3	3	4	14	23	4	4	4	2	14
24	4	3	2	4	13	24	4	3	3	4	14
25	3	3	4	5	15	25	4	4	3	4	15
26	4	3	2	4	13	26	2	4	3	4	13
27	3	2	4	4	13	27	5	4	2	3	14
28	5	5	2	4	16	28	3	4	5	5	17
29	3	3	5	5	16	29	3	5	5	4	17
30	5	4	5	3	17	30	4	5	5	5	19
31	4	4	4	3	15	31	4	5	4	5	18
32	5	2	5	5	17	32	5	5	5	5	20
33	5	3	3	4	15	33	4	4	3	4	15
34	4	5	5	2	16	34	5	4	4	5	18

35	3	3	4	4	14	35	5	4	3	2	14
36	5	5	5	3	18	36	5	4	5	5	19
37	4	4	2	5	15	37	4	5	4	3	16
38	2	3	5	5	15	38	4	5	4	4	17
39	5	3	5	3	16	39	4	5	5	4	18
40	3	3	2	4	12	40	4	3	4	3	14
41	3	5	3	5	16	41	4	4	5	5	18
42	4	4	4	3	15	42	4	5	4	5	18
43	5	3	3	5	16	43	4	5	5	4	18
44	2	4	5	5	16	44	4	3	3	5	15
45	4	5	5	3	17	45	4	4	5	5	18
46	3	4	3	5	15	46	4	5	3	3	15
47	2	5	4	4	15	47	5	3	5	5	18
48	4	4	3	4	15	48	5	4	3	4	16
49	4	3	4	4	15	49	3	4	4	4	15
50	3	2	5	5	15	50	3	4	5	4	16
51	4	4	5	5	18	51	5	3	3	4	15
52	4	4	4	4	16	52	4	5	4	4	17
53	4	5	5	5	19	53	3	4	3	4	14
54	5	4	4	5	18	54	4	4	4	4	16
55	2	4	4	4	14	55	3	3	4	3	13
56	2	4	4	4	14	56	2	3	4	3	12
57	4	2	4	4	14	57	5	3	3	4	15
58	4	4	5	5	18	58	4	4	5	4	17
59	4	5	5	5	19	59	5	4	5	4	18
60	4	4	4	5	17	60	4	4	4	4	16
61	3	4	4	4	15	61	5	3	4	4	16
62	2	3	3	4	12	62	4	3	4	2	13
63	5	4	4	5	18	63	5	5	4	5	19
64	4	3	4	4	15	64	4	4	4	4	16
65	4	3	4	4	15	65	3	5	3	4	15
66	4	3	5	5	17	66	4	3	4	4	15
67	4	4	4	5	17	67	5	2	3	4	14
68	5	4	2	3	14	68	3	3	4	5	15
69	4	5	5	5	19	69	3	4	4	3	14
70	4	5	4	5	18	70	3	4	3	3	13
71	4	4	4	4	16	71	2	4	2	4	12
72	3	2	4	4	13	72	2	3	5	3	13
73	3	3	4	3	13	73	5	4	4	4	17
74	4	4	4	5	17	74	4	4	3	5	16
75	4	2	4	3	13	75	3	4	3	4	14

76	4	4	3	5	16	76	4	3	4	5	16
77	4	3	4	4	15	77	5	3	4	4	16
78	4	4	4	4	16	78	4	2	5	4	15
79	4	4	4	4	16	79	4	3	4	4	15
80	4	4	4	5	17	80	4	3	4	5	16
81	4	4	4	5	17	81	4	5	4	4	17
82	4	5	5	5	19	82	5	4	4	5	18
83	4	4	4	4	16	83	5	2	4	4	15
84	2	4	4	2	12	84	3	2	4	2	11
85	4	4	3	2	13	85	2	3	4	4	13
86	5	2	5	2	14	86	4	3	4	3	14
87	3	2	2	5	12	87	4	3	4	3	14
88	5	2	4	2	13	88	3	4	3	4	14
89	3	3	3	4	13	89	4	4	4	2	14
90	3	3	4	2	12	90	3	2	4	4	13
91	4	5	4	3	16	91	4	5	4	4	17
92	4	5	4	5	18	92	4	5	5	5	19
93	4	4	5	4	17	93	4	5	4	4	17
94	4	4	3	5	16	94	5	3	5	4	17
95	3	4	4	3	14	95	3	4	3	4	14
96	3	4	3	3	13	96	2	5	5	1	13
97	3	5	4	3	15	97	3	4	5	3	15
98	2	5	5	3	15	98	4	2	5	4	15
99	3	4	5	3	15	99	4	2	5	4	15
100	2	5	5	3	15	100	3	4	4	5	16

Rekomendasi dari mulut ke mulut				
NO	1	2	3	total
1	3	3	5	11
2	5	5	4	14
3	5	5	4	14
4	5	4	5	14
5	4	4	5	13
6	4	4	5	13
7	4	3	4	11
8	4	5	3	12
9	4	5	3	12
10	4	4	4	12
11	4	4	4	12
12	4	4	4	12

13	4	4	4	12
14	4	4	4	12
15	4	3	3	10
16	5	4	4	13
17	5	4	4	13
18	5	4	5	14
19	4	4	2	10
20	4	5	4	13
21	4	5	4	13
22	4	5	4	13
23	3	4	4	11
24	4	3	4	11
25	4	4	4	12
26	4	4	2	10
27	4	4	3	11
28	5	4	4	13
29	5	4	4	13
30	5	4	4	13
31	5	4	4	13
32	5	4	5	14
33	4	4	5	13
34	4	4	5	13
35	4	4	3	11
36	4	4	4	12
37	4	4	4	12
38	4	4	4	12
39	4	4	4	12
40	4	4	3	11
41	5	4	5	14
42	4	5	4	13
43	5	4	4	13
44	4	5	4	13
45	5	4	4	13
46	4	4	5	13
47	4	4	4	12
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	4	4	4	12
51	4	5	5	14
52	3	5	5	13
53	4	5	2	11

54	3	5	4	12
55	2	5	4	11
56	2	5	2	9
57	2	5	5	12
58	4	4	5	13
59	4	4	4	12
60	3	4	5	12
61	4	4	4	12
62	3	4	4	11
63	4	4	4	12
64	4	4	4	12
65	4	4	4	12
66	4	4	4	12
67	3	4	4	11
68	4	4	4	12
69	4	4	3	11
70	4	4	3	11
71	3	4	3	10
72	2	4	4	10
73	2	5	5	12
74	4	3	5	12
75	2	4	5	11
76	4	4	5	13
77	4	5	5	14
78	4	4	5	13
79	4	4	5	13
80	4	5	5	14
81	5	5	5	15
82	4	4	4	12
83	4	4	4	12
84	3	4	2	9
85	4	4	2	10
86	3	4	4	11
87	4	4	2	10
88	3	4	4	11
89	3	4	4	11
90	3	4	4	11
91	4	5	5	14
92	4	5	4	13
93	4	5	4	13
94	4	5	3	12

95	4	2	4	10
96	2	2	4	8
97	4	4	4	12
98	3	5	5	13
99	3	5	5	13
100	4	4	4	12



LAMPIRAN 3

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Variabel Tangible

Item-Total Statistics

No	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Butir_1	12.17	3.247	.546	.644	Valid
Butir_2	12.00	3.586	.407	.722	Valid
Butir_3	12.20	3.131	.569	.629	Valid
Butir_4	12.23	3.151	.534	.650	Valid

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel Reliability

Item-Total Statistics

No	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Butir_1	12.00	3.517	.863	.744	Valid
Butir_2	12.00	3.862	.850	.758	Valid
Butir_3	12.10	4.162	.697	.820	Valid
Butir_4	11.90	4.714	.441	.922	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel Responsivness

Item-Total Statistics

No	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Butir_1	11.93	3.857	.831	.782	Valid
Butir_2	11.93	3.926	.874	.768	Valid
Butir_3	12.03	4.516	.542	.899	Valid
Butir_4	12.10	4.231	.653	.856	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Assurance

Item-Total Statistics

No	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Butir_1	12.03	3.964	.643	.810	Valid
Butir_2	12.03	3.964	.703	.784	Valid
Butir_3	11.97	3.895	.670	.798	Valid
Butir_4	11.97	4.033	.674	.796	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Empathy

Item-Total Statistics

No	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Butir_1	11.97	3.620	.694	.716	Valid
Butir_2	11.83	3.523	.781	.669	Valid
Butir_3	11.87	4.326	.547	.788	Valid
Butir_4	11.93	4.685	.471	.819	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Item-Total Statistics

No	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Butir_1	11.87	3.568	.638	.700	Valid
Butir_2	12.07	3.513	.589	.723	Valid
Butir_3	11.93	3.651	.483	.780	Valid
Butir_4	12.13	3.430	.637	.698	Valid

Tabel 3.8
Hasil Uji Validitas Variabel Rekomendasi Dari Mulut Ke Mulut

Item-Total Statistics

NO	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Butir_1	8.03	2.102	.590	.853	Valid
Butir_2	8.07	1.789	.753	.692	Valid
Butir_3	8.03	1.895	.719	.728	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

LAMPIRAN 4

Tabel 3.9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tangible

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.724	4

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Tabel 3.10
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Reliability

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.857	4

Tabel 3.11
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Responsivness

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.867	4

Tabel 3.12
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Assurance

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.839	4

Tabel 3.13
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Empathy

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.804	4

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 20 (2015)

Tabel 3.14
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen

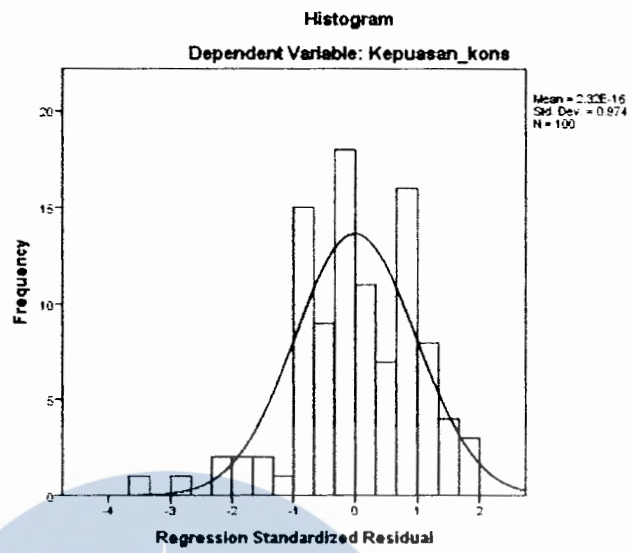
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.779	4

Tabel 3.15
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Rekomendasi Dari
Mulut Ke Mulut

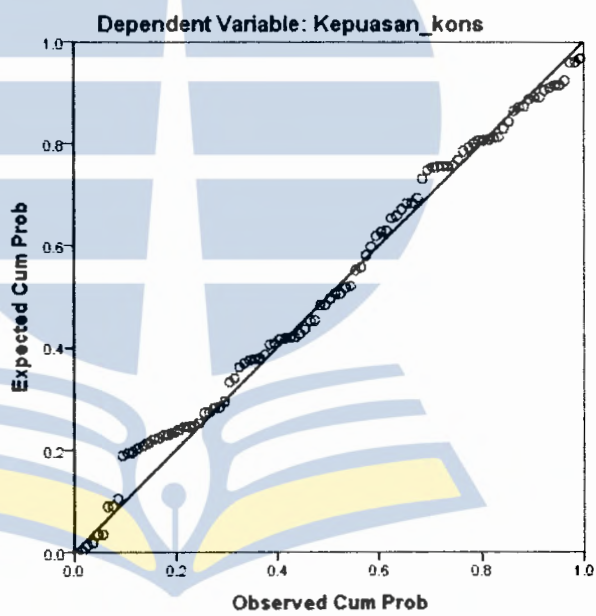
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.828	3



LAMPIRAN 5



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



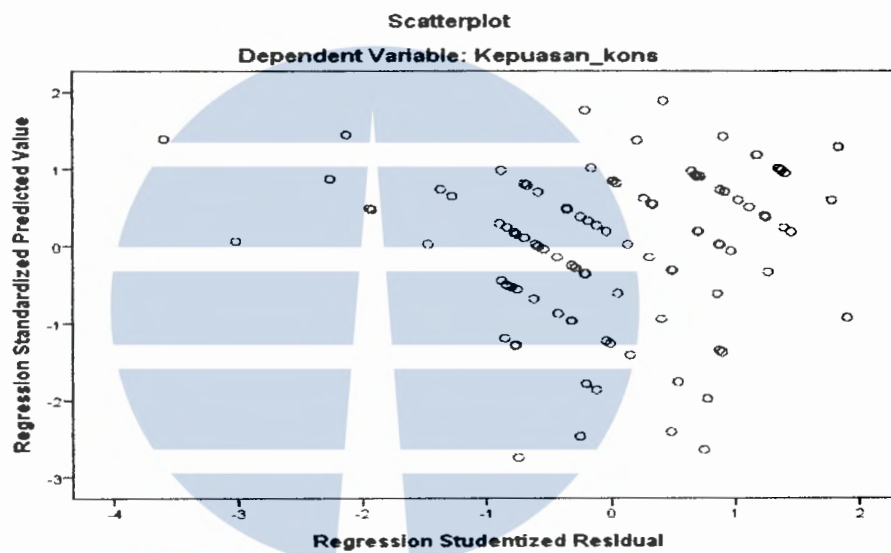
Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas Pendekatan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.00
	Std. Deviation	1.326
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.041
	Negative	-.093
Kolmogorov-Smirnov Z		.928
Asymp. Sig. (2-tailed)		.355

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Glejer Heteroskedetisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.544	1.303		-.417	.677
	Tangible	-.068	.065	-.112	-1.046	.298
	Reliability	.034	.050	.071	.680	.498
	responsivn ess	.132	.067	.227	1.949	.154
	Assurance	.091	.066	.183	1.381	.171
	Empathy	-.072	.044	-.197	-1.629	.107

Tabel 4.13
Hasil Uji Nilai Tolerance dan VIF

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1.536	2.337		-.658	.512		
Tangible	.388	.116	.282	3.337	.001	.846	1.183
Reliability	.251	.090	.233	2.806	.006	.875	1.142
Responsiveness	.560	.121	.426	4.624	.000	.712	1.405
Assurance	.021	.119	.019	.178	.859	.551	1.816
Empathy	-.111	.080	-.134	-1.394	.166	.658	1.519

a. Dependent Variable: Kepuasan_kons

Tabel 4.14
Hasil Analisis Jalur Struktural Pertama

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.593	2.045		-1.757	.082
Tangible	.303	.108	.220	2.806	.006
Reliability	.195	.083	.181	2.361	.020
1 responsiveness	.233	.117	.178	1.991	.049
Assurance	.191	.095	.186	2.000	.048
Empathy	.312	.113	.285	2.766	.007

a. Dependent Variable: Kepuasan_konsumen

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi Untuk Jalur Pertama

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 ^a	.530	.505	1.361

a. Predictors: (Constant), Empathy, Reliability, Tangible, responsiveness, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan_konsumen

Tabel 4.16
Hasil Analisis Jalur Struktural kedua

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.019	.774		6.486	.000
	Kepuasan_kons	.446	.049	.679	9.167	.000

a. Dependent Variable: Rekomen_M_to_M

Tabel 4.17
Hasil uji koefisien determinasi untuk struktural kedua

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.462	.456	.936

a. Predictors: (Constant), Kepuasan_konsumen

b. Dependent Variable: Rekomen_M_to_M

Tabel 4.18
Hasil Uji F Signifikan Simultan (Uji-F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	196.419	5	39.284	21.201	.000 ^b
	Residual	174.171	94	1.853		
	Total	370.590	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan_konsumen

b. Predictors: (Constant), Empathy, Reliability, Tangible, responsiveness, Assurance