



TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA RUMAH SAKIT,
NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN DI
RUMAH SAKIT UMUM TIARA PEMATANG SIANTAR**



UNIVERSITAS TERBUKA

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

Disusun Oleh :

ANDI HAKIM LUBIS

NIM. 500693624

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS TERBUKA

JAKARTA

2019

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Rumah Sakit, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Umum Tiara Pematang Siantar

Andi Hakim Lubis
andihakimlubis123@gmail.com

Program Pasca Sarjana
Universitas Terbuka

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra rumah sakit, dan nilai pelanggan secara parsial dan secara simultan terhadap kepuasan pasien. Lokasi penelitian dilakukan di Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar terhadap pasien rawat inap maupun pasien rawat jalan dari Rumah Sakit tersebut. Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada pasien sedangkan data sekunder diperoleh dari hasil laporan dan data pendukung lainnya yang bersumber dari Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 115 orang. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan jenis *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan (1) kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien dengan koefisien regresi 0,09 (2) citra rumah sakit secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien (3) nilai pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien dengan koefisien regresi 0,22 (4) kualitas pelayanan, citra rumah sakit, dan nilai pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien sebesar 38,5%. Variabel nilai pelanggan adalah variabel yang memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Rumah Sakit, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pasien



ABSTRACT

The Influence of Service Quality, Brand Image Of Hospital, and Customer's Value on Customer's Satisfaction at Tiara Hospital

Andi Hakim Lubis
andihakimlubis123@gmail.com

Graduate Studies Program
Indonesia Open University

This study aimed to analyze the effect of service quality, brand image, and customer's value on patient's satisfaction at Tiara Hospital. This study was conducted towards inpatients and outpatients at the Tiara Hospital. The data was collected include primary data and secondary data. Primary data was obtained by spreading questionnaires towards patients, and secondary data was obtained from documentation study such as patient's visiting report and patient's complaint report. The questionnaires of this study were filled voluntarily by 115 people as the sample. The sampling technique of this study was non-probability sampling with accidental sampling. The result of the study show that (1) variable of service quality partialy affects significant on patient's satisfaction with regression coefisient 0,09 (2) variable of brand image partialy doesn't affects significant on patient's satisfaction (3) variable of customer's value partialy affects significant on patient's satisfaction with regression coefisient 0,22 (4) variable of service quality, brand image, customer's value simultaneously affects significant on patient's satisfaction 38,5%. The variable of customer's value was the variable that has a great influence towards patient's satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Brand Image, Customer's Value, Customer's Satisfaction*



**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

PERNYATAAN

TAPM yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Rumah Sakit, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Umum Tiara Pematang Siantar

adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Medan, 24 September 2018

Yang menyatakan



Andi Hakim Lubis
NIM 500693624

**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

PENGESAHAN

Nama : Andi Hakim Lubis
 NIM : 500693624
 Program Studi : Magister Manajemen
 Judul TAPM : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Rumah Sakit, Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pasien Di Rumah Sakit Umum Tiara Pematang Siantar

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

Hari/tanggal : Kamis / 13 Desember 2018

Waktu : 14.30 s.d. 16.00 WIB

dan telah dinyatakan LULUS.

Panitia Penguji TAPM

Ketua Komisi Penguji

Rini Yayuk Priyati, S.E., M.Ec., Ph.D.

Penguji Ahli

Dr. Chairy, M.M.

Pembimbing I

Prof. Dr. H. Sahyar, M.S., M.M.

Pembimbing II

Dr. Zainur Hidayah, S.Pi., M.M.

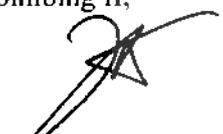
PERSETUJUAN TAPM

Judul TAPM : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Rumah Sakit, Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pasien Di Rumah Sakit Umum Tiara Pematang Siantar

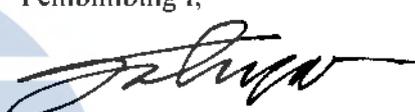
Penyusun TAPM : Andi Hakim Lubis
 NIM : 500693624
 Program Studi : Magister Manajemen
 Hari/Tanggal : Kamis / 13 Desember 2018

Menyetujui :

Pembimbing II,


 Dr. Zamur Hidayah, S.Pi., M.M.
 NIP 196903132005011001

Pembimbing I,


 Prof. Dr. H. Sahyar, M.S., M.M.
 NIP 196004261985031003

Penguji Ahli,


 Dr. Chairy, M.M.

Mengetahui :

Ketua Bidang Ilmu
 Program Magister Manajemen


 Rini Yayuk Priyati, S.E., M.Ec, Ph.D.
 NIP 197601122001122002

Dekan Fakultas Ekonomi


 Dr. Ali Muktiyanto, S.E., M.Si.
 NIP 197208242000121001



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya hingga saat ini sehingga penulis dapat menyelesaikan TAPM yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA RUMAH SAKIT, NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN DI RUMAH SAKIT UMUM TIARA PEMATANG SIANTAR”**. TAPM ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi Program Magister Manajemen (S-2) Universitas Terbuka.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan TAPM ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, petunjuk dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua penulis, Ayanda Drs Zubeir Lubis, M.Pd., dan Ibunda Umiani Nasution yang senantiasa memberikan dukungan moral serta doa.
2. Istri tercinta, Ade Sofia Nasution yang selalu setia dan sabar menemani penulis dalam suka dan duka dan memberikan inspirasi dalam penyusunan TAPM ini.
3. Anak-anak tercinta, Reza, Alea, dan Nissa sebagai yang menjadi penyemangat dalam penyusunan TAPM ini.
4. Prof. Drs. Ojat Darajat, M.Bus., Ph.D, selaku Rektor Universitas Terbuka.
5. Bapak Dr. Liestyodono B. Irianto, M.Si, selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Terbuka.
6. Bapak Dr. Ali Muktiyanto, S.E. M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka.
7. Ibu Dra. Sondang Pakpahan, MA., selaku Kepala UPBJJ - Universitas Terbuka Medan.
8. Bapak Sahril, S.E, M.M., selaku penanggungjawab Program Pascasarjana UPBJJ - Universitas Terbuka Medan.

9. Prof. Dr. H. Sahyar, M.S., M.M., selaku dosen pembimbing pertama yang banyak membantu penulis dalam memberikan arahan dan masukan selama penyusunan TAPM ini.
10. Dr. Zainur Hidayah, S.Pi., M.M., selaku dosen pembimbing kedua yang juga telah banyak membantu memberikan masukan dan arahan dalam penyusunan TAPM.
11. Dr. Chairy, M.M., selaku penguji ahli dalam sidang TAPM.
12. Staf Pengajar dan Staf Administrasi Magister Manajemen Universitas Terbuka yang telah memberikan ilmu selama di perkuliahan baik itu melalui tatap muka maupun online.
13. Seluruh staf di Bidang Keberatan, Banding, dan Pengurangan Kanwil DJP Sumatera Utara II yang telah memberikan dukungan selama perkuliahan.
14. Pimpinan dan manajemen Rumah Sakit Umum Tiara Pematang Siantar yang telah membantu penulis pada saat penelitian.
15. Teman-teman seangkatan program Magister Manajemen Universitas Terbuka Medan atas kebersamaan dan dukungannya.
16. Semua sahabat, teman dan pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu dalam penyelesaian TAPM ini.

Semoga perbuatan baik dari semua pihak yang turut membantu penyusunan TAPM ini, mendapat balasan yang lebih baik, dan kiranya TAPM ini dapat bermanfaat bagi pembaca atau peneliti lainnya.

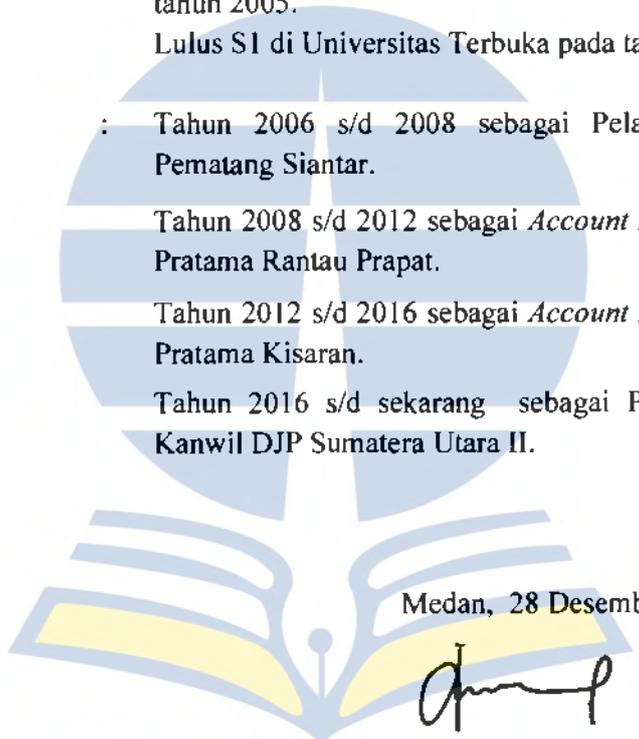
Medan, 28 Desember 2018



Andi Hakim Lubis

RIWAYAT HIDUP

- Nama : Andi Hakim Lubis
NIM : 500693624
Program Studi : Magister Manajemen
Tempat / Tanggal Lahir : Pematang Siantar, 31 Oktober 1983
- Riwayat Pendidikan : Lulus SD di SD Negeri 122340 Pematang Siantar pada tahun 1996.
Lulus SMP di SMP Negeri 2 Pematang Siantar pada tahun 1999.
Lulus SMU di SMU Negeri 2 Pematangsiantar pada tahun 2002.
Lulus Prodip III di Sekolah Tinggi Akuntansi Negara pada tahun 2005.
Lulus S1 di Universitas Terbuka pada tahun 2013.
- Riwayat Pekerjaan : Tahun 2006 s/d 2008 sebagai Pelaksana di KPP PBB Pematang Siantar.
Tahun 2008 s/d 2012 sebagai *Account Representative* di KPP Pratama Rantau Prapat.
Tahun 2012 s/d 2016 sebagai *Account Representative* di KPP Pratama Kisaran.
Tahun 2016 s/d sekarang sebagai Penelaah Keberatan di Kanwil DJP Sumatera Utara II.



Medan, 28 Desember 2018



Andi Hakim Lubis
NIM 500693624

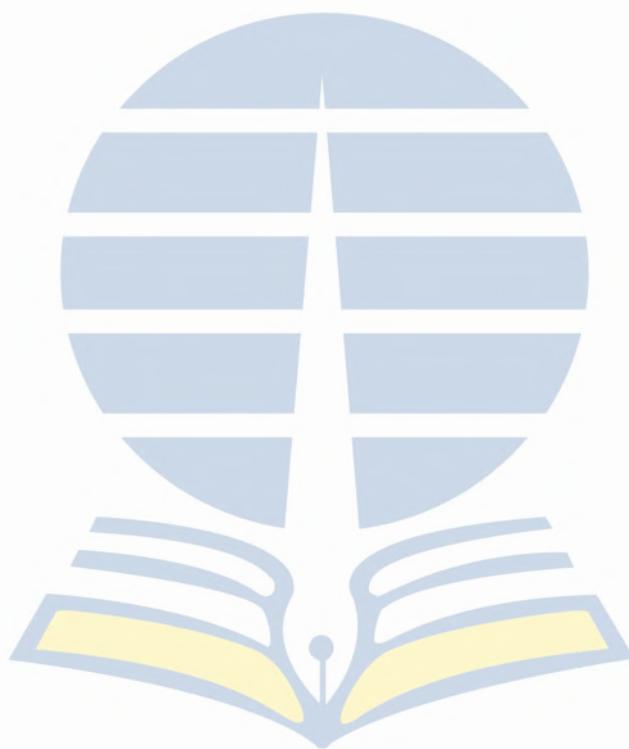
DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PERSETUJUAN LAYAK UJI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN TAPM	vi
LEMBAR PERSETUJUAN ARTIKEL	vii
KATA PENGANTAR	viii
RIWAYAT HIDUP	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Kualitas Pelayanan	13
2. Citra Perusahaan.....	17
3. Nilai Pelanggan.....	20
4. Kepuasan Pasien/Pelanggan.....	23
B. Penelitian Terdahulu.....	29
C. Kerangka Pemikiran	37
D. Hipotesis Penelitian.....	39

BAB III METODE PENELITIAN.....	47
A. Desain Penelitian.....	47
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	47
C. Operasional Variabel.....	49
D. Teknik Pengumpulan Data.....	52
E. Jenis dan Sumber Data.....	53
F. Skala Penyelesaian.....	53
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	54
H. Metode Analisis Data.....	60
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	64
1. Sejarah Rumah Sakit.....	64
2. Profil Rumah Sakit Umum Tiara.....	65
3. Responden.....	71
B. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	74
1. Variabel Kualitas Pelayanan.....	74
2. Variabel Citra.....	84
3. Variabel Nilai Pelanggan.....	91
4. Variabel Kepuasan Pasien.....	98
C. Analisis Kuantitatif Variabel Penelitian.....	101
1. Pengujian Asumsi Klasik.....	101
2. Pengujian Hipotesis	105
D. Analisa Kausalitas Hubungan Antar Variabel Penelitian	111
1. Pengaruh Parsial Variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y	111
2. Pengaruh Simultan Variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y.....	118
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	120
A. Kesimpulan	120
B. Saran	121

DAFTAR PUSTAKA 123

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Jumlah Pasien RSUD Tiara Tahun 2013-2017	8
Tabel 2	Rangkuman Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3.1	Defenisi Operasional Variabel	51
Tabel 3.2	Rangkuman Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan	55
Tabel 3.3	Rangkuman Validitas Variabel Citra	56
Tabel 3.4	Rangkuman Validitas Variabel Nilai Pelanggan	57
Tabel 3.5	Rangkuman Validitas Variabel Kepuasan Pasien	58
Tabel 3.6	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	59
Tabel 4.1	Jumlah Pegawai Medis RSUD Tiara Tahun 2017	67
Tabel 4.2	Jumlah Fasilitas Tempat Tidur RSUD Tiara Tahun 2017	68
Tabel 4.3	Responden Menurut Jenis Kelamin dan Umur	72
Tabel 4.4	Responden Menurut Tingkat Pendidikan dan Pekerjaan	73
Tabel 4.5	Responden Menurut Alasan Memilih Rumah Sakit	73
Tabel 4.6	Frekuensi dan Persentase Penilaian Pendapat Responden Atas Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan	74
Tabel 4.7	Frekuensi dan Persentase Pendapat Responden Atas Kuesioner Variabel Citra	85
Tabel 4.8	Frekuensi dan Persentase Pendapat Responden Atas Kuesioner Variabel Nilai Pelanggan	91
Tabel 4.9	Frekuensi dan Persentase Pendapat Responden Atas Kuesioner Variabel Kepuasan Pasien	99
Tabel 4.10	Rekapitulasi hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian	101

Tabel 4.11	Uji Normalitas	102
Tabel 4.12	Uji Multikolonieritas	103
Tabel 4.13	Hasil Uji T	106
Tabel 4.14	Hasil Uji Anova (Uji F)	110
Tabel 4.15	Hasil Koefisien Determinasi	111



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2	Kerangka Pemikiran	39
Gambar 4.1	Struktur Organisasi RSU Tiara Pematangsiantar	67
Gambar 4.2	Grafik Normal Probability Plot	102
Gambar 4.3	Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	104
Gambar 4.4	Hubungan Secara Parsial dan Simultan Variabel X terhadap Y	107



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	126
Lampiran 2	Tabulasi Data Kuesioner	131
Lampiran 3	Hasil Pengolahan Data SPSS	158



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia dengan jumlah penduduk lebih dari 260 juta jiwa merupakan pasar yang sangat besar bagi para produsen untuk menjual produk barang maupun jasa, tidak terkecuali dalam industri jasa pelayanan kesehatan. Di tengah persaingan global sekarang ini, industri rumah sakit tidak hanya bersaing dengan rumah sakit yang ada di dalam negeri, tetapi juga dengan rumah sakit yang ada di luar negeri terutama dari negara tetangga Malaysia dan Singapura. Berdasarkan data Sekretaris Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Henky Hermantoro dalam Medical Excellence Japan Seminar : Indonesia-Japan Medical Collaboration yang dilansir kompas.com tanggal 07 Maret 2013, pada tahun 2012 terdapat sekitar 600 ribu penduduk Indonesia dari kelompok menengah ke atas yang berobat ke luar negeri dan ini akan bertambah setiap tahunnya. Hal ini sangat disayangkan karena dengan banyaknya pasien di Indonesia yang berobat ke luar negeri menyebabkan terjadinya kerugian devisa bagi Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan, potensi kerugian devisa negara akibat banyaknya pasien Indonesia yang berobat ke luar negeri sebanyak Rp100 triliun per tahun.

Menurut Sekretaris Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Henky Hermantoro keunggulan teknologi, kemampuan medik, dan kualitas layanan rumah sakit di luar negeri serta persepsi pasien atas buruknya layanan rumah sakit di Indonesia

masih menjadi alasan pendorong masyarakat untuk berobat ke luar negeri. Seringkali kita mendengar banyaknya keluhan dari para pasien atas buruknya pelayanan kesehatan yang diberikan oleh rumah sakit di Indonesia, dimana minimnya peralatan medis di Indonesia dan sebaran tenaga medis yang tidak merata menyebabkan pelayanan kesehatan masyarakat terutama terhadap masyarakat kelas menengah ke bawah yang tidak mendapatkan pelayanan secara adil dan merata. Kita juga dapat melihat beberapa kasus yang terjadi dimana rumah sakit menolak pasien untuk dirawat karena tidak adanya jaminan atau uang muka walaupun pasien tersebut dalam keadaan gawat darurat. Pasien tersebut belum dianggap sebagai mitra pengobatan, melainkan masih hanya sebatas obyek. Citra yang terbentuk terhadap rumah sakit di Indonesia sangatlah buruk dan tentu saja akan mempengaruhi penilaian pasien terhadap rumah sakit.

Untuk dapat bersaing secara global, sebuah rumah sakit harus dapat membuat pasien yang berobat merasa puas sehingga jumlah pasien yang berobat ke luar negeri dapat diminimalisir. Persaingan dalam industri bisnis rumah sakit dewasa ini sangatlah ketat. Pada mulanya Rumah Sakit adalah suatu unit yang memberikan pelayanan kepada publik dan memiliki sifat sosial kemanusiaan telah bertransformasi (berubah) serta mengalami perkembangan menjadi suatu industri yang memiliki prinsip-prinsip ekonomi dan manajemen seperti dunia usaha komersil lainnya. Setiap rumah sakit dituntut untuk dapat bersaing baik dalam segi pelayanan, citra, maupun dari nilai pelanggan yang diberikan. Oleh karena itu setiap rumah sakit harus mempunyai strategi bisnis yang tepat untuk dapat bertahan dan lebih unggul dari pesaing-pesaingnya.

Akibat persaingan yang ketat ini, rumah sakit dituntut untuk melakukan inovasi dan strategi untuk mendapatkan pasien, karena apabila rumah sakit gagal berkompetisi maka akan berakibat pada ditutupnya operasional rumah sakit tersebut. Prospek bisnis rumah sakit di Indonesia saat ini masih memberikan peluang bagi berbagai pihak untuk mendirikan dan mengoperasikan rumah sakit. Dengan semakin banyaknya rumah sakit yang didirikan tersebut baik yang didirikan oleh pemerintah ataupun pihak swasta, tentu akan membuat konsumen mempunyai banyak alternatif dalam menentukan pilihan rumah sakit yang akan digunakan. Dalam menentukan pilihan akan rumah sakit yang akan digunakan, pasien pada umumnya akan mempertimbangkan beberapa aspek diantaranya kualitas pelayanan dari rumah sakit, citra rumah sakit, harga, dan nilai pelanggan.

Persaingan dalam industri jasa rumah sakit meliputi persaingan untuk perawatan pasien rawat jalan dan rawat inap, jasa dokter, dan jasa apotek. Adapun segmen pasar yang dilayani oleh rumah sakit ini bervariasi dari segmen penduduk dengan pendapatan rendah hingga segmen penduduk dengan pendapatan tinggi. Oleh karena itu, strategi bisnis rumah sakit kini berubah ke arah orientasi pelanggan dimana rumah sakit akan berusaha untuk menaikkan kualitas pelayanan, citra serta nilai pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pasien, loyalitas pasien yang tentu saja akan berdampak pada kinerja di rumah sakit.

Kualitas pelayanan rumah sakit, citra rumah sakit, dan nilai pelanggan rumah sakit harus menjadi perhatian pihak manajemen rumah sakit karena hal tersebut berpengaruh kepada kepuasan pasien rumah sakit. Kepuasan menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah puas; merasa senang; perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai

perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kepuasan merupakan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dalam hal ini pasien adalah hal penting yang mempengaruhi kepuasan pasien. Kepuasan pasien merupakan aset yang sangat berharga karena apabila pasien tersebut merasa puas, mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya. Tetapi jika pasien merasa tidak puas mereka akan memberitahukan dua kali lebih hebat kepada orang lain tentang pengalaman buruknya. Untuk menciptakan kepuasan pasien suatu perusahaan atau rumah sakit harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pasien yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pasiennya.

Tjiptono (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan dan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan

berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Dengan kualitas pelayanan yang baik, pasien tentu saja akan merasa puas (pelayanan yang diberikan tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pasien). Akan tetapi, kualitas pelayanan yang baik tersebut tidak cukup hanya dicapai, tetapi juga diperlukan usaha untuk memelihara serta mempertahankannya karena adanya kemungkinan terjadinya pergeseran akan kebutuhan, harapan, serta keinginan pelanggan dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap pelayanan tersebut. Oleh karena itu, rumah sakit sebagai salah satu industri jasa kesehatan dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih berkualitas dan konsisten. Caranya adalah dengan memenuhi atau memberi lebih dari harapan kualitas pelayanan pasien, sehingga nantinya akan terbentuknya loyalitas pelanggan tersebut.

Aspek lainnya yang menjadi perhatian adalah citra rumah sakit. Kotler (2002) menyatakan bahwa citra merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produk yang dihasilkannya. Citra terbentuk dari asosiasi (persepsi) inilah yang mendasari keputusan membeli bahkan loyalitas merek (*brand loyalty*) dari konsumen. Cara perusahaan dalam melakukan kegiatan operasional perusahaannya dapat membentuk citra. Hal yang harus diperbaiki dan ditingkatkan adalah dari segi kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah organisasi atau perusahaan untuk dapat menghasilkan citra positif dimata konsumen. Citra adalah salah satu aset terpenting dari perusahaan atau organisasi. Citra yang baik merupakan perangkat yang kuat bukan hanya untuk menarik

konsumen untuk memilih produk atau jasa perusahaan, melainkan juga memperbaiki tingkat kepuasan konsumen terhadap perusahaan.

Perusahaan yang mempunyai citra baik dimata konsumen, produk dan jasanya relatif lebih bisa diterima konsumen dari pada perusahaan yang tidak mempunyai citra. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan rumah sakit dalam membentuk citra, diantaranya adalah kelengkapan sarana dan prasarana, sejarah perusahaan, dan keberhasilan dalam memberikan pelayanan kepada pasien. Pengetahuan dan informasi yang diterima seseorang terhadap suatu rumah sakit dapat menyebabkan sebuah citra tersebut muncul. Apabila pengetahuan dan informasi yang diterima seseorang tersebut baik maka akan timbul citra yang positif terhadap rumah sakit. Demikian juga sebaliknya dimana apabila pengetahuan dan informasi yang diterima tersebut buruk, dapat menimbulkan citra yang jelek pula bagi rumah sakit. Informasi yang diperoleh tentang rumah sakit dapat berupa kualitas dokter dan perawat, pelayanan yang diberikan rumah sakit, kelengkapan alat-alat kesehatan dan sebagainya. Dengan adanya citra rumah sakit yang baik dapat menciptakan kesetiaan pelanggan kepada rumah sakit.

Nilai pelanggan telah menjadi suatu perhatian berkelanjutan di dalam membangun dan menopang manfaat kompetisi dan menciptakan manajemen hubungan pelanggan. Nilai pelanggan berkaitan dengan penggunaan sebuah produk atau lebih merupakan sesuatu yang dirasakan pelanggan. Nilai pelanggan merupakan senjata strategis dalam menarik dan menahan pelanggan dan telah menjadi salah satu dari faktor yang paling penting di dalam suksesnya perusahaan penyedia jasa layanan termasuk rumah sakit.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mencoba menggambarkan hubungan antara kualitas layanan, citra, nilai pelanggan dan kepuasan. Abdullah dan Purwantini (2012) menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan Pasien Rawat. Sismiyati (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien regresi 0,320 dan nilai signifikan 0,000. Effendi (2013) menyatakan bahwa berdasarkan hasil regresi berganda dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dimana profitabilitas signifikansi sebesar 0,000 berada di bawah $\alpha = 5\%$. Citra juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dengan profitabilitas signifikansi sebesar 0,000 yang berada di bawah $\alpha = 5\%$.

Selain mempunyai tanggung jawab sosial bagi masyarakat dalam memberikan pelayanan kesehatan bagi masyarakat, Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar juga yang berorientasi pada laba (*profit*) seperti halnya dengan kebanyakan pelaku usaha lainnya. Berbagai upaya dilakukan untuk meningkatkan laba termasuk didalamnya adalah memperhatikan kualitas layanan yang diberikan kepada pasien, diantaranya adalah peningkatan kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan serta juga dengan perbaikan sarana dan prasana yang ada di rumah sakit.

Rumah Sakit Umum Tiara mencoba membangun image sebagai rumah sakit "Tipe C" dengan pelayanan kesehatan berbiaya murah jika dibandingkan dengan beberapa rumah sakit swasta lainnya di Kota Pematangsiantar. Image biaya murah ini dilakukan tanpa menghilangkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit. Pihak manajemen rumah sakit telah melakukan

berbagai pembenahan baik itu dalam hal penyediaan alat kesehatan, penambahan jumlah kamar inap maupun penyiapan tenaga medis yang berkompeten.

Perbaikan kualitas layanan yang dilakukan oleh rumah sakit ini diharapkan akan memberikan citra yang baik bagi rumah sakit termasuk segala kemudahan yang diberikan kepada pasien sehingga pasien yang datang akan merasa puas. Dengan kepuasan yang didapat oleh pasien tersebut maka masyarakat akan banyak menggunakan jasa rumah sakit tersebut yang nantinya akan meningkatkan pendapatan dari rumah sakit.

Tabel 1
Data Jumlah Pasien Rumah Sakit Umum Tiara Tahun 2013-2017

No	Tahun	Jumlah Pasien	Persentase
1	2013	5.983 orang	-
2	2014	6.150 orang	2,79%
3	2015	6.217 orang	1,09%
4	2016	6.185 orang	-0,35%
5	2017	5.334 orang	-13,76%

Berdasarkan data pada Tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa terjadi kenaikan maupun penurunan jumlah pasien rawat jalan maupun rawat inap yang berobat ke RSU Tiara setiap tahunnya. Peningkatan jumlah pasien merupakan indikator tingkat kepercayaan masyarakat akan pelayanan jasa kesehatan yang diberikan oleh RSU Tiara. Selama tahun 2013 tercatat RSU Tiara melayani sebanyak 5.983 orang pasien dimana diantaranya ada sejumlah 2.958 pasien dari rawat jalan dan 3.025 pasien dari rawat inap. Sementara itu pada tahun 2014 terjadi peningkatan jumlah pasien menjadi 6.150 pasien dimana 2.968 adalah pasien rawat jalan dan 3.182 adalah pasien rawat inap. Dari data tersebut, terdapat peningkatan sebesar 167 pasien atau 2,79%. Untuk tahun 2015 terjadi peningkatan pasien dimana RSU Tiara Tiara melayani 6.217 orang yang terdiri dari 3.012

adalah pasien rawat jalan dan 3.205 adalah pasien rawat inap. Dari data tersebut, terjadi peningkatan sebesar 67 pasien atau 1,09%. Akan tetapi, jumlah pasien yang berobat di Rumah Sakit Umum Tiara di tahun 2016 adalah sebanyak 6.185 pasien yang terdiri dari 3008 adalah pasien rawat jalan dan 3.177 adalah pasien rawat inap, berkurang sebanyak 32 orang pasien atau 0,35% dari tahun sebelumnya. Bahkan di tahun 2017 jumlah pasien yang berobat mengalami penurunan sebesar 13,76% atau sebanyak 851 pasien jika dibandingkan dengan tahun 2016 dengan jumlah pasien yang berobat sebanyak 5.334 pasien yang terdiri dari 2.716 pasien rawat jalan dan 2.618 pasien rawat inap.

Terdapat fenomena yang terjadi di Rumah Sakit Umum Tiara pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 dimana terdapat kenaikan jumlah pasien yang datang jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya dengan persentase kenaikan yang fluktuatif. Tetapi mulai tahun 2016 terdapat penurunan jumlah pasien yang datang, bahkan mengalami penurunan yang signifikan di tahun 2017. Berbagai dugaan muncul sebagai penyebab terjadinya kenaikan jumlah pasien yang fluktuatif maupun penurunan yang signifikan tersebut dimana dugaan yang paling kuat adalah semakin kompetitifnya persaingan rumah sakit di Pematang Siantar dimana semakin banyaknya masyarakat yang berobat ke salah satu rumah sakit pesaing yaitu Rumah Sakit Vita Insani, selain tentunya Rumah Sakit Umum Daerah Pematang Siantar dan Rumah Sakit Tentara Pematang Siantar.

Berbagai upaya telah dilakukan manajemen Rumah Sakit Umum Tiara khususnya terhadap pelayanan yang diberikan kepada pasien. Perbaikan pelayanan di semua sisi dilakukan pihak Rumah Sakit Umum Tiara diantaranya adalah melakukan penambahan kamar rawat inap, peningkatan Sumber Daya

Manusia dari para pegawai rumah sakit, pembenahan lahan parkir, perbaikan fasilitas rumah sakit, penambahan alat-alat kesehatan, serta upaya lainnya yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen.

Pihak manajemen Rumah Sakit Umum Tiara meyakini bahwa dengan perbaikan kualitas layanan terhadap pasien, kemudahan dalam proses administrasi pasien yang akan berobat akan memberikan citra yang positif terhadap nama baik Rumah Sakit Umum Tiara dan menciptakan nilai pelanggan sehingga kepuasan pasien akan timbul. Selain itu, akan timbul minat pasien untuk kembali menggunakan jasa Rumah Sakit Umum Tiara pada masa yang akan datang, berkurangnya keluhan dari pasien rumah sakit dan bahkan pasien tersebut akan memberikan rekomendasi Rumah Sakit Umum Tiara kepada pihak lain lain, sehingga dengan bertambahnya pasien yang berobat ke Rumah Sakit Umum Tiara dan diharapkan akan semakin bertambahnya pelanggan yang loyal terhadap Rumah Sakit Umum Tiara, dan tercapainya tujuan akhir dari Rumah Sakit yaitu peningkatan keuntungan atau laba perusahaan.

Berdasarkan teori, data, serta fakta-fakta yang diperoleh dari penelitian terdahulu serta adanya permasalahan yang ada di Rumah Sakit Umum Tiara, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA RUMAH SAKIT, DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN DI RUMAH SAKIT UMUM TIARA PEMATANG SIANTAR”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien?
2. Apakah ada pengaruh citra rumah sakit terhadap kepuasan pasien?
3. Apakah ada pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien?
4. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, citra rumah sakit, dan nilai pelanggan secara simultan terhadap kepuasan pasien?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien.
2. Untuk menganalisis pengaruh citra rumah sakit terhadap kepuasan pasien.
3. Untuk menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra rumah sakit, dan nilai pelanggan secara simultan terhadap kepuasan pasien.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini dapat memberi informasi tentang hubungan antara kualitas pelayanan, citra rumah sakit, nilai pelanggan dan kepuasan pasien pada jasa rumah sakit.
 - b. Penelitian ini dapat dijadikan satu sumber rujukan terhadap penelitian di bidang pemasaran yang ada hubungannya dengan kualitas pelayanan, citra rumah sakit, nilai pelanggan dan kepuasan pasien,

sehingga peneliti lain dapat melakukan penelitian yang lebih luas dan intensif.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi Rumah Sakit Umum Tiara dalam memahami akan arti pentingnya kualitas pelayanan, citra rumah sakit, nilai pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pasien.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan lebih dalam bagi konsumen dalam memahami kualitas pelayanan, citra rumah sakit, nilai pelanggan dan kepuasan pasien.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kualitas pelayanan

a. Pengertian kualitas pelayanan

Berdasarkan teori "*Quality*" yang dikemukakan oleh Marcel (2003) yang menyatakan bahwa kualitas menentukan keberhasilan suatu tindakan jasa. Kualitas tersebut merupakan apresiasi tertinggi dari tindakan pelayanan. Konsep kualitas pelayanan telah berevolusi secara menyeluruh dan permanen dalam mengubah cara pandang manusia dalam menjalankan usahanya yang berkaitan dengan proses dinamis, berlangsung, terus menerus di dalam memenuhi keinginan, harapan, dan kebutuhan.

Menurut Lovelock dan Lauren (2006), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Tjiptono (2014) menerangkan bahwa apabila jasa yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk.

Kotler (2002) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang

tersembunyi. Kotler juga menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*).

Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan. Pengertian kualitas pelayanan menurut Supranto (2006) adalah “sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik”. Sedangkan definisi pelayanan menurut Gronroos (2000) adalah “suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen / pelanggan”.

Berdasarkan dari teori yang dikembangkan oleh Samuelson (2001) dimana dinyatakan bahwa tujuan adalah asumsi kepuasan yang disesuaikan dengan tingkat kualitas layanan. Sedangkan konsep kualitas pelayanan menurut Stemvelt (2004) adalah suatu persepsi tentang revolusi kualitas secara menyeluruh yang terpikirkan dan menjadi suatu gagasan yang harus dirumuskan agar penerapannya dapat diuji kembali, untuk menjadi suatu proses yang dinamis, berlangsung, terus menerus dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

b. Dimensi kualitas pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985), terdapat sepuluh faktor utama yang dapat menentukan kualitas pelayanan, yaitu :

- 1) *Tangible*, yaitu tampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan materi komunikasi yang secara nyata dapat terlihat.
- 2) *Responsiveness*, merupakan kesiapan dari pegawai dalam memberi pelayanan kepada para pelanggan.
- 3) *Realibility*, merupakan kemampuan perusahaan untuk menjaga konsistensi kerja (*performance*) dan untuk dipercaya (*dependability*) dimana perusahaan dalam melayani pelanggan mulai dari awal (*right the first time*) dan sesuai dengan apa yang dijanjikan.
- 4) *Access*, merupakan kemudahan yang didapatkan pelanggan dari perusahaan baik itu berupa kemudahan dalam hal lokasi fasilitas pelayanan mudah dijangkau, kemudahan untuk ditemui atau dihubungi, ataupun dapat berupa waktu tunggu yang tidak terlalu lama.
- 5) *Security*, merupakan cara perusahaan untuk menjaga keamanan pelanggan dari segala resiko, keragu-raguan, dan bahaya yang mungkin terjadi.
- 6) *Understanding/knowing the customer*, yaitu cara yang dilakukan perusahaan dalam memahami segala yang dibutuhkan oleh pelanggan.
- 7) *Competence*, merupakan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh para pelanggan.
- 8) *Courtesy*, merupakan sikap yang ditunjukkan perusahaan kepada pelanggan baik itu berupa keramahan, sopan santun, respek, dan perhatian.
- 9) *Communication*, merupakan cara dari perusahaan untuk mendengarkan keluhan dan saran pelanggan serta memberikan segala informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan.

- 10) *Credibility*, yaitu cara perusahaan akan selalu menjaga nama baik, reputasinya selama berinteraksi dengan pelanggan dengan selalu bersikap jujur dan dapat dipercaya.

Selanjutnya, dari sepuluh dimensi kualitas pelayanan tersebut mengalami perkembangan sehingga dirangkum dan disimpulkan ke dalam lima dimensi pokok yang terdiri dari keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empaty (*empathy*), serta bukti fisik (*tangible*). Penjelasan kelima dimensi untuk menilai kualitas pelayanan tersebut adalah :

- 1) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk melakukan penyajian jasa sesuai yang dijanjikan secara andal dan akurat.
- 2) Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu keinginan untuk membantu pelanggan dan menyajikan jasa secara cepat.
- 3) Jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan dan rasa hormat karyawan dan kemampuannya untuk dapat dipercaya dan menjaga kepercayaan.
- 4) Empati (*emphaty*) yaitu memberi perhatian, perhatian individual kepada pelanggan
- 5) Bukti fisik (*tangibles*) yaitu tampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan materi komunikasi yang secara nyata dapat terlihat.

Gasperz (1997) melakukan identifikasi 10 dimensi dalam melihat kualitas pelayanan, yaitu: kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, kemudahan mendapat layanan, kelengkapan, variasi model layanan, ketepatan waktu pelayanan, layanan pribadi, akurasi layanan, kenyamanan dalam

memperoleh layanan, tanggung jawab, serta atribut pendukung lainnya seperti ruang tunggu, kebersihan, lingkungan, dan lain-lain.

2. Citra Perusahaan (*Brand Image*)

a. Pengertian Citra Perusahaan

Menurut Nguyen dan Le Blanc (2001), citra perusahaan merupakan hasil dari kumpulan proses dimana konsumen membandingkan berbagai atribut yang dimiliki oleh perusahaan. Atribut yang dimaksud misalnya produk, harga, kualitas produk dan kualitas layanan. Konsumen akan membuat persepsi yang subyektif mengenai perusahaan dan segala aktivitasnya. Persepsi yang dirasakan setiap orang akan berbeda meskipun yang dihadapi merupakan objek yang sama.

Adbel-Salam et al. (2013) memberikan pengertian yang lebih luas mengenai citra yaitu kesan secara umum yang tertinggal di benak konsumen sebagai hasil dari kumpulan ide, sikap, perasaan, dan pengalaman dengan perusahaan yang kemudian kesan tersebut disimpan dalam ingatan. Kesan yang muncul tersebut diubah bentuknya baik itu berupa citra positif atau citra negatif sesuai dengan pengalaman dan perasaan yang dialami konsumen selama berinteraksi dengan perusahaan. Citra positif maupun citra negatif akan muncul pada saat konsumen teringat ataupun mendengar nama perusahaan tersebut.

Kotler (2002) menyatakan bahwa citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produk yang dihasilkannya. Menurut Nicholas Ind (1992) yang dikutip dalam Sutisna (2001) citra adalah gambaran singkat yang dimiliki dari sebuah organisasi yang dihasilkan melalui akumulasi pesan-pesan yang diterima.

Sedangkan dalam Buchari (2000) mengutip dari pendapat Huddleston (1985) mengenai citra adalah kesan yang dipikirkan dan yang diketahui oleh seseorang atau kelompok mengenai suatu hal baik perusahaan maupun produknya yang diperoleh melalui pengalaman. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan adalah gambaran singkat mengenai sebuah organisasi atau perusahaan yang diciptakan melalui akumulasi pesan-pesan yang diterima melalui pengalaman yang dirasakan oleh seluruh indera. Terdapat 2 alasan citra perusahaan perlu dikembangkan dan perlu mendapatkan perhatian khusus dari pihak manajemen yaitu:

- 1) Citra tersebut menjadi identitas perusahaan yang membedakan dengan perusahaan lain serta dapat dijadikan sebagai alat untuk bersaing yang efektif khususnya bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa apalagi dengan tingkat persaingan yang begitu ketat diantara perusahaan.
- 2) Perubahan lingkungan perusahaan yang dapat berubah dengan cepat dimana pelanggan juga akan menuntut produk ataupun layanan yang berkualitas tinggi sesuai dengan kebutuhannya dapat menyebabkan citra yang telah terbentuk di masyarakat tidak sesuai lagi. Untuk mengatasi hal tersebut perlu dilakukan reorganisasi, diversifikasi oleh perusahaan jika tidak ingin mengalami hal buruk.

Pengalaman buruk yang dialami oleh konsumen seperti masalah berkenaan dengan kualitas teknis atau fungsional adalah salah satu penyebab timbulnya citra negatif. Dalam situasi tersebut, seberapa besarpun biaya iklan dengan menggunakan biro iklan untuk merencanakan kampanye iklan dan menyampaikan pesan bahwa perusahaan adalah berorientasi pada pelayanan yang

bermutu, modern, kesadaran konsumen, atau apapun isinya, hal tersebut tidak akan berguna bagi pelanggan tersebut.

b. Dimensi Citra Perusahaan

Setiap perusahaan memiliki citra masing-masing dimana citra tersebut pasti berbeda menurut setiap orang tergantung pada persepsi yang dilihat mengenai apa yang dirasakannya terhadap perusahaan tersebut. Citra itu dapat berupa citra positif atau negatif. Dimensi citra menurut Shirley Harrison (2007) ada empat, yaitu :

1. *Corporate identity* (Identitas Korporat), yaitu identitas yang dapat berupa nama, logo, simbol, warna merk dan kepentingan perusahaan.
2. *Personality* (Kepribadian), yaitu karakteristik perusahaan menurut lingkungan di luar perusahaan, seperti tanggung jawab sosial dan keyakinan pada perusahaan.
3. *Reputation* (Reputasi), yaitu keyakinan seseorang berdasarkan pengalaman pribadi atau orang lain atas jasa atau produk perusahaan, ataupun perasaan nyaman ketika menggunakan pelayanan pada jasa perusahaan tersebut.
4. *Values/Ethics* (Nilai/Etika), yaitu filosofi dan nilai-nilai yang ada perusahaan, misalnya budaya kerja, keramahan pelayanan, dan komunikasi yang ada di internal perusahaan maupun interaksi perusahaan dengan pihak eksternal.

c. Manfaat Citra Perusahaan

Manfaat citra perusahaan yang baik dan kuat menurut Siswanto Sutojo (2004) adalah:

1. Menjadi daya tarik eksekutif handal (*attracting the best executives available*)
2. Memberi daya saing menengah dan panjang yang mantap (*mid and long term sustainable competitive position*)
3. Penghematan biaya operasional (*cost savings*)
4. Menjadi perisai selama krisis (*an insurance for adverse times*)
5. Meningkatkan efektivitas strategi pemasaran (*increasing the effectiveness of marketing instruments*)

3. Nilai Pelanggan

a. Pengertian Nilai Pelanggan

Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa nilai pelanggan merupakan kombinasi kualitas, pelayanan, harga dari suatu penawaran produk. Nilai terhandar pada pelanggan adalah selisih antara jumlah nilai bagi pelanggan dan jumlah biaya dari pelanggan, dan jumlah nilai bagi pelanggan adalah sekelompok keuntungan yang diharapkan pelanggan dari barang atau jasa tertentu.

Tjiptono (2005) juga mendefinisikan nilai pelanggan adalah ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dan produsen setelah pelanggan menggunakan produk dan jasa dari perusahaan dan mendapati bahwa produk atau jasa tersebut memberi nilai tambah. Buchari (2007) menyatakan bahwa nilai pelanggan ialah selisih antara total nilai tambah yang diperoleh konsumen dibandingkan dengan total biaya yang dikeluarkan.

Suatu produk atau jasa yang dibeli pelanggan dari perusahaan akan semakin memberikan kepuasan jika pelanggan tersebut mendapatkan nilai (*value*)

yang tinggi. Bagi pelanggan, nilai (*value*) atau nilai produk atau jasa yang diberikan suatu perusahaan memiliki dua dimensi:

- 1) Harga atau *cost*. Di tengah persaingan produk dan jasa yang semakin ketat akan membuat harga atau pengorbanan akan memiliki arti yang lebih luas dimana harga tidak hanya sebatas harga beli suatu produk. Terdapat unsur-unsur pengorbanan yang diperhitungkan oleh pelanggan, selain harga beli produk atau jasa seperti ketersediaan suku cadang, kemudahan untuk mengoperasikan, biaya pemeliharaan, dan layanan pasca pembelian.
- 2) Kinerja atau fitur produk dan jasa jika dibandingkan dengan produk dan jasa sejenis yang ditawarkan pesaing perusahaan.

Istilah *customer value* sangat populer di tengah persaingan dunia bisnis yang sangat kompetitif sekarang ini dimana pelanggan berada dalam posisi bisa memilih. Mengingat pentingnya *customer value* tersebut akan menjadi pertimbangan bagi perusahaan serta menjadi bagian yang terintegrasi dengan strategi perusahaan, terutama dalam strategi pemasaran produknya, dimana konsep ini dalam ilmu ekonomi dikenal sebagai *utility* barang dan jasa.

b. Dimensi Nilai Pelanggan

Menurut Sweeney dan Soutar (2001), dimensi nilai terdiri dari 4 yaitu :

- 1) *Quality/performance value*, yaitu utilitas dari kemampuan produk dalam mengurangi biaya panjang panjang dan jangka pendek.
- 2) *Emotional value*, yaitu utilitas yang didapat dari perasaan atau emosi positif pelanggan yang timbul setelah menggunakan produk
- 3) *Price/value of money*, utilitas yang berasal dari persepsi akan kinerja yang yang diharapkan dari produk atau jasa tersebut.

- 4) *Social value*, yaitu utilitas yang berasal dari kemampuan produk dalam meningkatkan konsep diri sosial dari pelanggan.

c. Penciptaan Nilai Pelanggan

Nilai pelanggan menurut Best dalam Sumarwan, dkk (2010) dapat diciptakan melalui beberapa pendekatan, yaitu:

- 1) **Benefit emosional dan penciptaan nilai**

Manusia memiliki kebutuhan fisik dan kebutuhan psikologis dalam hidupnya. Kebutuhan psikologi seperti status, dihormati, hubungan yang hangat, semangat, pengakuan, afiliasi, kegembiraan, dan pemenuhan diri harus dipenuhi setelah kebutuhan fisik terpenuhi. Kebutuhan psikologis tersebut bisa didapatkan dengan membeli produk yang memberikan *benefit* emosional yang sesuai dengan kebutuhan itu karena banyak produk yang menawarkan personalitas yang memiliki makna psikologis.

- 2) **Biaya daur hidup dan penciptaan nilai**

Pelanggan harus mendapatkan keuntungan ekonomi diatas daur hidup pengguna berdasarkan nilai ekonomi superior. Ada enam sumber utama biaya siklus hidup yang menciptakan nilai yaitu biaya penggunaan, harga yang dibayarkan, biaya kepemilikan, biaya pemeliharaan, serta biaya pembuangan.

- 3) ***Benefit* pelanggan**

Seluruh biaya pembelian yang dipersepsikan perlu ditentukan terlebih dahulu sebelum menentukan keseluruhan nilai pelanggan yang diciptakan. Posisi perusahaan yang memiliki daya saing yang lebih tinggi dari pada

kompetitor terkait dengan pelayanan yang dipersepsikan dapat meningkatkan total biaya pembelian yang dipersepsikan. Perusahaan dapat melakukan evaluasi tingkat nilai pelanggan yang tercipta apabila persepsi akan total biaya pembelian dan total manfaat telah didapatkan.

4) *Benefit* yang dipersepsikan dan penciptaan nilai

Ukuran terbaik tentang nilai pelanggan dapat diberikan oleh nilai ekonomi dan nilai relatif kinerja harga, tetapi evaluasi pelanggan akan produk seringkali melampaui nilai ekonomis dan ukuran kinerja harga. Reputasi merek, kualitas layanan, dan biaya-biaya lain selain harga yang menjadi persepsi pelanggan juga mempengaruhi nilai pelanggan. Nilai pelanggan yang dipersepsikan merupakan selisih dari persepsi manfaat dan persepsi biaya secara keseluruhan.

5) Harga kinerja dan penciptaan nilai

Ada beberapa aspek-aspek kinerja dari produk yang sulit untuk dilakukan penghitungan dalam pembiayaan total pembelian meskipun nilai ekonomis telah menyediakan dasar dalam untuk menciptakan nilai pelanggan yang didasarkan pada biaya. Kinerja tersebut antara lain meliputi fitur-fitur dan fungsi-fungsi produk yang tidak menghemat uang tetapi dapat meningkatkan pemakaian dan menciptakan nilai pelanggan.

4. **Kepuasan Pasien/Pelanggan**

a. **Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2015) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekpektasi mereka. Bila kinerja produk

gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2000), kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Pengertian kepuasan pelanggan menurut Sunarto (2006) adalah perasaan senang ataupun kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu produk dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan menurut Buttle (2004), kepuasan pelanggan adalah respons berupa perasaan puas yang timbul karena pengalaman mengkonsumsi suatu produk atau layanan, atau sebagian kecil dari pengalaman itu.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Metode survei kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai cara yaitu :

- 1) Pengukuran yang diungkapkan secara langsung dengan pernyataan dan disertai skala untuk jawabannya (*directly reported satisfaction*).

- 2) Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived satisfaction*).
- 3) Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).
- 4) Responden diminta untuk merangking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance performance ratings*).

b. Dimensi kepuasan konsumen

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan dalam mengukur dan menilai kepuasan pelanggan perusahaan maupun kepuasan pelanggan perusahaan pesaing. Menurut Kotler (2009) terdapat 4 metode yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Survei kepuasan pelanggan. Metode ini dilakukan menggunakan metode survei baik itu melalui wawancara pribadi, telepon, maupun pos.

Melalui metode ini kepuasan pelanggan dapat diukur melalui dengan berbagai cara, yaitu :

- a) *Problem Analysis* yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan cara pelanggan menjadi responden dan diminta untuk dapat mengungkapkan dua hal utama, yaitu tentang masalah yang dihadapi pelanggan yang berhubungan dengan penawaran yang

- diberikan perusahaan dan pelanggan diminta untuk memberikan saran-saran kepada perusahaan untuk dilakukan perbaikan.
- b) *Importance-Performance Analysis (IPA)* yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan cara pelanggan sebagai responden diminta untuk melakukan pemeringkatan terhadap elemen penawaran yang didasarkan kepada derajat pentingnya elemen tersebut. Selain itu, responden juga diminta melakukan pemeringkatan terhadap kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen tersebut.
 - c) *Directly Reported Satisfaction* yaitu kepuasan pelanggan diukur langsung dengan pertanyaan.
 - d) *Derived Dissatisfaction* yaitu kepuasan pelanggan diukur melalui pertanyaan yang diajukan terhadap dua hal utama, yaitu tentang seberapa besar harapan pelanggan akan atribut tertentu dan seberapa besar kinerja yang dirasakan atau diterima pelanggan.
- 2) Sistem keluhan dan saran. Metode ini berfokus pada pelanggan dimana perusahaan memberikan kesempatan kepada pelanggannya untuk memberikan saran, pendapat, dan keluhan mereka melalui media yang disediakan baik itu berupa kotak saran yang di letakkan yang mudah ditemui, saluran telepon khusus, kartu komentar, dan sebagainya. Tetapi dengan metode ini sulit untuk memperoleh gambaran lengkap mengenai kepuasan ataupun ketidakpuasan konsumen karena metode ini cenderung pasif. Pelanggan yang tidak puas belum tentu akan menyampaikan keluhannya kepada perusahaan dan pelanggan yang tidak puas tersebut bisa saja langsung beralih ke perusahaan pesaing.

- 3) Analisis pelanggan yang hilang (*lost customer analysis*). Metode ini dilakukan dengan cara menghubungi pelanggan yang sudah tidak lagi menggunakan produk dan jasa perusahaan dan telah beralih menggunakan produk atau jasa perusahaan pesaing. Dengan cara tersebut akan diperoleh informasi mengenai alasan dari pelanggan tersebut berhenti menggunakan produk atau jasa perusahaan sehingga dijadikan bahan bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
- 4) Belanja siluman (*Ghost shopping*). Tipe riset ini merupakan bentuk riset non-pelanggan dengan menggunakan *ghost shopper* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan produk atau jasa perusahaan dan pesaing dari perusahaan. Kemudian akan didapatkan temuan *ghost shopper* dari pengalaman melakukan pembelian produk dan jasa tersebut berupa informasi mengenai kekuatan maupun kelemahan produk atau jasa perusahaan dan dapat dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Disamping itu para *ghost shopper* juga dapat menilai secara langsung cara karyawan dalam melakukan interaksi dan melayani para pelanggan. Metode ini dilakukan tanpa sepengetahuan dari karyawan tersebut.

c. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Menurut Irawan (2002), terdapat 5 faktor-faktor yang pendorong kepuasan pelanggan yaitu:

- 1) Kualitas pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas pelayanan yang baik sangat bergantung pada tiga hal yaitu teknologi, manusia, dan sistem.

- 2) **Kualitas produk**
Kepuasan pelanggan akan tercipta apabila produk yang dibeli tersebut kualitasnya baik.
- 3) **Faktor Emosional**
Faktor emosional seperti rasa percaya diri, rasa bangga, simbol sukses, Rasa bangga, rasa percaya diri, bagian dari kelompok orang penting, simbol sukses, dan sebagainya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- 4) **Biaya**
Apabila pelanggan dalam mendapatkan produk atau pelayanan yang efisien, nyaman, dan relatif mudah dapat membuat pelanggan semakin puas.
- 5) **Harga**
Harga murah merupakan sumber kepuasan bagi pelanggan yang sensitif karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

d. Indikator Kepuasan Konsumen

Terdapat beberapa metode untuk mengevaluasi kepuasan menurut Lovelock yang dikutip Tjiptono dalam C.S Hutasoit (2011), yaitu :

- 1) **Kesesuaian dengan spesifikasi**
Yaitu kesesuaian antara karakteristik desain dan operasional terhadap standar yang sebelumnya telah ditetapkan berdasarkan kepada keinginan pelanggan.
- 2) **Keandalan**

Yaitu produk atau jasa tersebut hampir pasti berfungsi dengan baik pada kondisi dan periode waktu tertentu dan sangat kecil kemungkinan untuk gagal berfungsi ataupun rusak.

3) **Kinerja (*Performance*)**

Yaitu suatu produk atau jasa yang memiliki karakteristik pokok atau utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau jasa.

4) **Estetika**

Merupakan hal yang dapat dijadikan daya tarik menurut alat indera pelanggan terhadap suatu produk seperti corak warna dan model desain model.

5) **Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*)**

Yaitu selain memiliki fungsi dasar, juga memiliki keistimewaan dan karakteristik sekunder atau pelengkap dalam pilihan produk maupun pengembangannya.

6) **Daya tahan**

Yaitu yang berhubungan dengan umur produk dan umur teknis.

7) **Mudah diperbaiki**

Terdiri dari kompetensi, mudah direparasi, kenyamanan, penanganan keluhan yang memuaskan, serta kecepatan.

B. Penelitian Terdahulu

Pada penjelasan berikut ini ada beberapa penelitian terdahulu yang relevan yang mengkaji pengaruh variabel-variabel yang diteliti yaitu variabel

independen yang meliputi kualitas pelayanan, citra rumah sakit, nilai pelanggan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pasien, sehingga dapat diketahui bahwa kesamaan maupun perbedaan variabel yang akan diteliti bila dibandingkan dengan para peneliti terlebih dahulu.

- a. Effendi (2014) dengan judul penelitian “Pengaruh Citra Institusi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa RSUD Kota Madiun”. Hasil penelitian berdasarkan hasil regresi berganda menunjukkan bahwa citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dengan profitabilitas signifikansi 0,000 yang berada di bawah $\alpha = 5\%$. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dengan profitabilitas signifikansi 0,000 yang berada di bawah $\alpha = 5\%$. Terdapat kesamaan terhadap 2 variabel bebas (independen) dan 1 variabel terikat (dependen) yang akan diteliti oleh peneliti yaitu kualitas pelayanan, citra, dan kepuasan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian dan variabel penelitian dimana dimana pada penelitian ini terdapat variabel nilai pelanggan.
- b. Abdullah dan Purwantini (2012) dengan judul “Analisis Pelayanan, Harga, dan Citra Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Pada Rumah Sakit Pelita Anugerah Kabupaten Demak” yang menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dengan nilai t hitung $6,824 > t$ tabel $1,6609$. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dengan t hitung $2,742 > t$ tabel $1,6609$. Citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dengan nilai t hitung $6,974$

> t tabel 1,6609. Terdapat kesamaan terhadap 2 variabel bebas (independen) dan 1 variabel terikat (dependen) yang akan diteliti oleh peneliti yaitu kualitas pelayanan, citra dan kepuasan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian dan variabel penelitian dimana pada penelitian ini terdapat variabel nilai pelanggan dan tidak adanya variabel harga.

- c. Sisdiyati (2016) dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap RSKIA Ummi Khasanah Bantul" menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dengan nilai koefisien regresi 0,320 dan nilai signifikan 0,000. Tarif secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dengan nilai koefisien regresi 0,188 dan nilai signifikan 0,048. Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dengan nilai koefisien regresi 0,320 dan nilai signifikan 0,000. Hasil penelitian juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan, tarif, dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dengan nilai Adjusted R Square diperoleh sebesar 0,603 atau 60,3%.

Terdapat kesamaan terhadap 1 variabel bebas (independen) dan 1 variabel terikat (dependen) yang akan diteliti oleh peneliti yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pasien. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian dan variabel penelitian dimana pada penelitian ini terdapat variabel citra dan nilai pelanggan dan tidak adanya variabel tarif dan fasilitas.

- d. Afriliawan (2013) dengan judul “Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pasien VIP Pada RSUD Anutapura Palu” menyatakan bahwa Nilai Pelanggan (nilai fungsional, nilai sosial, dan nilai emosional) secara simultan maupun parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pasien VIP pada RSUD Anutapura Palu. Pendekatan analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi berganda. Terdapat kesamaan terhadap 1 variabel bebas (independen) dan 1 variabel terikat (dependen) yang akan diteliti oleh peneliti yaitu nilai pelanggan dan kepuasan pasien. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian dan variabel penelitian dimana pada penelitian ini terdapat variabel kualitas pelayanan dan citra.
- e. Hidajahningtyas, Sularso, Suroso (2013) dengan judul “Pengaruh Citra, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Di Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Sobandi Kabupaten Jember” menyatakan bahwa citra berpengaruh terhadap kualitas pelayanan, citra berpengaruh terhadap kepuasan pasien, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien, kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien, citra berpengaruh terhadap loyalitas pasien, citra poliklinik mempengaruhi persepsi kualitas layanan yang kemudian mempengaruhi kepuasan yang dirasakan sehingga membentuk loyalitas pasien. Terdapat kesamaan terhadap 2 variabel bebas (independen) dengan yang akan diteliti oleh peneliti yaitu citra dan kualitas layanan, sedangkan variabel kepuasan pasien menjadi variabel terikat (dependen), bukan sebagai variabel bebas.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, terletak pada objek penelitian dan variabel penelitian dimana pada penelitian ini terdapat nilai pelanggan dan tidak adanya variabel loyalitas pasien.

- f. Patriansah (2014) dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien dan Dampaknya pada Loyalitas Pasien Rumah Sakit Syarif Hidayatullah” menyatakan bahwa citra merek memberikan pengaruh secara signifikan sebesar 41,8 % terhadap kepuasan pasien. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara 24,6 % terhadap kepuasan pasien. Harga memberikan pengaruh secara signifikan sebesar 8,5 % terhadap kepuasan pasien. Kualitas Pelayanan, citra, dan harga secara simultan berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan sebesar 76,7 %. Citra berpengaruh signifikan sebesar 16,6 % terhadap loyalitas. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara 13,8 % terhadap loyalitas pasien. Harga berpengaruh signifikan sebesar 3,6 % terhadap loyalitas. Kepuasan pasien berpengaruh signifikan sebesar 11,9 % terhadap loyalitas. Kualitas Pelayanan, citra, harga, dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien sebesar 73,3 %. Terdapat kesamaan terhadap 2 variabel bebas (independen) dengan yang akan diteliti oleh peneliti yaitu citra dan kualitas layanan, dan 1 variabel kepuasan pasien menjadi variabel terikat (dependen). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, terletak pada objek penelitian dan variabel penelitian dimana pada penelitian ini terdapat variabel nilai pelanggan dan tidak adanya variabel harga dan loyalitas pasien.

- g. Adil (2016) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Umum Daerah Kota Bogor”, dimana hasil penelitian berdasarkan analisis data *Struktural Equation Modelling* (SEM) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan pasien dengan nilai t hitung sebesar 12.683 (>1.96) dan nilai koefisien positif (0.637). Harga berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan pasien dengan nilai t hitung sebesar 5.948 (>1.96) dan nilai koefisien positif (0.326). Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas pasien dengan nilai t hitung sebesar 2.819 (>1.96) dan nilai koefisien positif (0.340). Harga tidak memiliki pengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas dengan nilai t hitung sebesar 0.742 (<1.96) dan nilai koefisien positif (0.070). Kepuasan pasien berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas pasien dengan nilai t hitung sebesar 2.707 (>1.96) dan nilai koefisien positif (0.367). Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas sebesar 0.225, lebih kecil dari pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas (0.367). Terdapat kesamaan terhadap 2 variabel bebas (independen) dengan yang akan diteliti oleh peneliti yaitu citra dan kualitas layanan, dan 1 variabel kepuasan pasien menjadi variabel terikat (dependen). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian dan variabel penelitian dimana pada penelitian ini terdapat variabel citra dan nilai pelanggan dan tidak adanya variabel harga dan loyalitas pasien.

- h. Arhamni dan Hasanah (2015) dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Balai Kesehatan Paru Masyarakat (BKPM) di Semarang” menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung = 5,140 dengan signifikansi 0,000 nilai koefisien regresi 0,428. Nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung = 4,585 dengan signifikansi 0,000 dan nilai koefisien regresi 0,382. Kualitas pelayanan dan nilai pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan sebesar 48 %. Terdapat kesamaan terhadap 2 variabel bebas (independen) dengan yang akan diteliti oleh peneliti yaitu kualitas pelayanan dan nilai pelanggan, serta 1 variabel kepuasan pasien menjadi variabel terikat (dependen). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian dan variabel penelitian dimana pada penelitian ini terdapat variabel citra.
- i. Sondakh (2014) dengan judul penelitian “Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)” menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi $0.015 < 0,05$. Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi $0.738 > 0,05$. Kualitas pelayanan dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar 22,3 %. Kepuasan nasabah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap loyalitas nasabah sebesar 46,7%. Terdapat kesamaan terhadap 2 variabel bebas (independen) dengan yang akan diteliti oleh peneliti yaitu kualitas pelayanan dan citra, serta 1 variabel kepuasan pasien menjadi variabel terikat (dependen). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian dan variabel penelitian dimana pada penelitian ini terdapat variabel nilai pelanggan dan tidak adanya variabel loyalitas.

- j. Mulyaningsih dan Suasana (2016) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP di Denpasar” menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah dengan dengan nilai nilai t hitung sebesar 7,231 dengan signifikansi 0,000 dan nilai koefisien regresi 0,582. Citra berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah dengan dengan nilai nilai t hitung sebesar 4,353 dengan signifikansi 0,000 dan nilai koefisien regresi 0,350. Kualitas pelayanan dan citra secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan sebesar 80,1%. Terdapat kesamaan terhadap 2 variabel bebas (independen) dengan yang akan diteliti oleh peneliti yaitu kualitas pelayanan dan citra, serta 1 variabel kepuasan pasien menjadi variabel terikat (dependen). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian dan variabel penelitian dimana pada penelitian ini terdapat variabel nilai pelanggan.

C. Kerangka Pemikiran

Kualitas pelayanan yang baik adalah salah satu cara untuk menarik perhatian konsumen. Konsumen akan menggunakan jasa perusahaan apabila konsumen menilai kualitas pelayanan dari perusahaan tergolong baik. Sedangkan kepuasan konsumen itu sendiri merupakan salah satu tujuan atau yang ingin dicapai perusahaan, dimana pada saat konsumen merasa puas maka diharapkan konsumen akan kembali menggunakan jasa perusahaan. Apabila kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen sesuai dengan apa yang diharapkan maka konsumen tersebut akan merasa puas. Apabila kualitas pelayanan tersebut lebih dari harapan konsumen maka pelayanan tersebut memberikan suatu nilai yang tinggi dan sehingga konsumen akan merasa sangat puas. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan yang diterima konsumen lebih rendah dari harapan maka konsumen tersebut merasa tidak puas. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan tersebut tidak dapat memenuhi apa yang diinginkan oleh konsumen atau perusahaan gagal dalam melayani konsumennya.

Selain itu, konsumen akan memperhatikan citra perusahaan dari sebuah perusahaan sebelum menggunakan jasa perusahaan tersebut. Stephen, L et al., (2007) menyatakan bahwa citra tidak dapat diukur dengan pengukuran atribut saja, tetapi harus mencakup pengukuran persepsi konsumen terhadap nilai dan manfaat yang dapat dicapai dari menggunakan merek. Stephen, L et al., (2007) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara citra dengan kepuasan pelanggan. Sehingga semakin kuat citra sebuah perusahaan diharapkan mampu memberikan dampak positif pada kepuasan pelanggan. Citra yang positif akan berbanding lurus dengan kepuasan pelanggan karena citra tersebut terbentuk dari

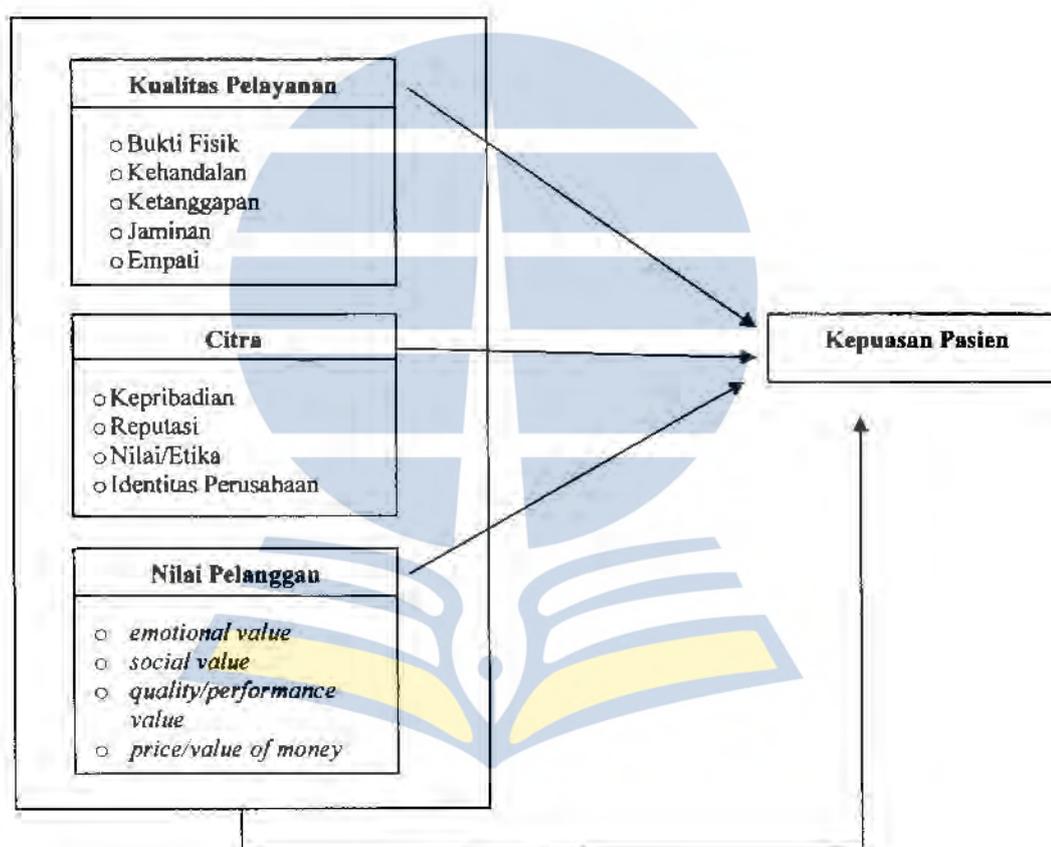
kumpulan dari kesan yang didapatkan pelanggan selama menggunakan produk atau jasa. Citra yang baik dapat membuat pelanggan merasa bahwa kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi atau merasa senang dan tidak ragu untuk menggunakan produk atau jasa tersebut. Dari terpenuhinya harapan pelanggan dan perasaan senang tersebut dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Citra yang baik menjadi daya tarik bagi perusahaan dan merupakan suatu keunggulan yang kompetitif di tengah persaingan yang tinggi. Citra yang baik juga merupakan modal yang paling berharga dimana perusahaan dapat mengurangi biaya pemasaran.

Selain kualitas pelayanan dan citra perusahaan, faktor lainnya yang tidak kalah penting dalam menentukan kepuasan adalah nilai pelanggan. Kepuasan konsumen akan terwujud jika persepsi akan nilai yang diperoleh lebih dari pengorbanan yang dilakukan. Nilai pelanggan memberikan dampak bagi kepuasan konsumen dimana konsumen akan merasa bahwa pengorbanan yang diberikannya sesuai atau lebih dari nilai yang diharapkannya sehingga nantinya konsumen tidak merasa ragu lagi untuk menggunakan jasa perusahaan di kemudian hari yang akan menjadikan konsumen tersebut menjadi loyal. Kemudian mengenai pencapaian loyalitas pelanggan yang tinggi, terdapat beberapa keuntungan perusahaan jika memiliki konsumen yang loyal seperti dapat mengurangi biaya pemasaran, mempercepat transaksi, membantu promosi perusahaan dengan adanya pemberitaan sesama konsumen dan sebagainya.

Dari uraian di atas, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa secara parsial masing masing variabel akan mempengaruhi variabel kepuasan pasien. Namun secara simultan juga ketiga variabel tersebut saling berhubungan satu sama lain

dalam membentuk kepuasan pasien. Kualitas layanan yang baik akan menyebabkan peningkatan citra perusahaan. Demikian juga citra perusahaan dapat meningkat seiring dengan nilai yang diberikan oleh pelanggan atas rumah sakit tersebut baik. Namun secara simultan, ketiganya sama-sama berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Dari beberapa uraian tersebut di atas, ditariklah suatu kesimpulan yang digambarkan dalam kerangka penelitian di bawah ini:



Gambar 2 Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara maksudnya jawaban yang diberikan baru

didasarkan pada teori, belum didasarkan pada bukti-bukti empiris yang diperoleh dari pengumpulan data (Sugiyono, 2011). Berdasarkan uraian diatas dan hasil penelitian sebelumnya, hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh kualitas pelayanan (meliputi bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati) terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Umum Tiara.
2. Ada pengaruh citra (meliputi kepribadian, reputasi, nilai/etika, dan identitas perusahaan) terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Umum Tiara.
3. Ada pengaruh nilai pelanggan (meliputi *emotional value*, *social value*, *quality/performance value*, dan *price/value of money*) terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Umum Tiara.
4. Ada pengaruh kualitas pelayanan (meliputi bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati), citra (meliputi kepribadian, reputasi, nilai/etika, dan identitas perusahaan), dan nilai pelanggan (meliputi *emotional value*, *social value*, *quality/performance value*, dan *price/value of money*) secara simultan terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Umum Tiara.



Dari hasil penelitian terhadap 10 buah penelitian, penulis merangkumnya sebagai berikut :

Tabel 2
Rangkuman Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Afriza Tri Effendi (2014)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa RSUD Kota Madiun	Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi sebagai variabel independen (X) dan kepuasan pasien sebagai variabel dependen (Y)	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pasien dengan profitabilitas signifikansi 0,000 yang berada di bawah $\alpha = 5\%$. Citra rumah sakit juga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pasien dengan profitabilitas signifikansi 0,000 yang berada di bawah $\alpha = 5\%$
2.	Abdullah dan Sri Purwantini (2012)	Analisis Pelayanan, Harga, dan Citra Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Pada Rumah Sakit Pelita Anugerah Kabupaten Demak	Pelayanan, harga, dan citra sebagai variabel independen(X) dan kepuasan pasien sebagai variabel dependen (Y)	Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan Pasien Rawat Jalan Pada Rumah Sakit Pelita Anugerah Kabupaten Demak, dimana semakin tinggi tingkat pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit maka semakin meningkatkan kepuasan pasien dengan nilai t hitung 6,824 > t tabel 1,6609. Harga terhadap kepuasan pasien berpengaruh positif, dimana semakin harga tersebut terjangkau maka semakin meningkatkan kepuasan pasien dengan t hitung 2,742 > t tabel 1,6609. Citra berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, semakin positif citra oleh pihak rumah sakit maka semakin meningkatkan kepuasan pasiendengan nilai t hitung 6,974 > t tabel

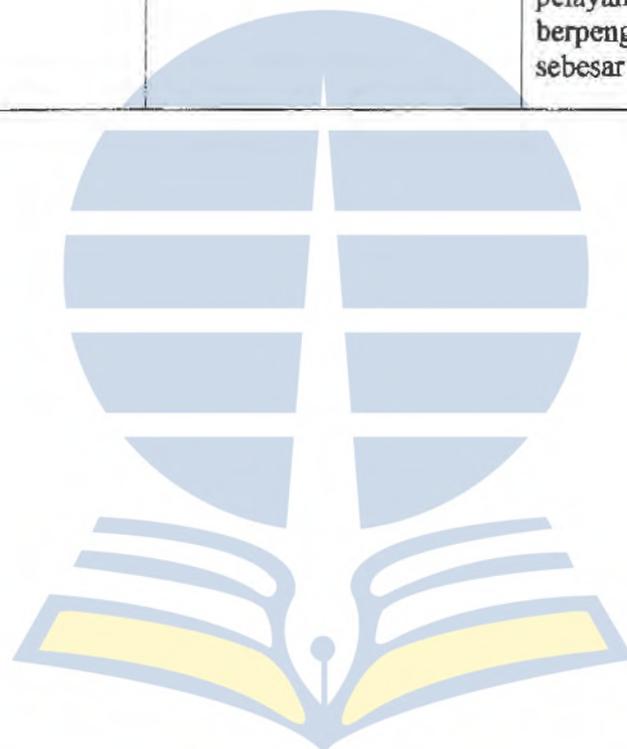
No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				1,6609
3	Ana Sismiyati (2016)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap RSKIA Ummi Khasanah Bantul	Kualitas Pelayanan, Tarif, dan Fasilitas sebagai variabel independen (X) dan Kepuasan Pasien sebagai variabel dependen (Y)	Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dengan nilai koefisien regresi 0,320 dan nilai signifikan 0,000. Tarif secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dengan nilai koefisien regresi 0,188 dan nilai signifikan 0,048. Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dengan nilai koefisien regresi 0,320 dan nilai signifikan 0,000. Hasil penelitian juga menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan, Tarif, dan Fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dengan nilai Adjusted R Square diperoleh sebesar 0,603 atau 60,3%
4.	Dwi Afriliawan (2013)	Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap kepuasan pasien VIP pada RSU Anutapura Palu	Nilai Pelanggan (nilai fungsional, nilai sosial, dan nilai emosional) sebagai variabel independen (X) dan kepuasan pasien sebagai variabel dependen (Y)	Nilai Pelanggan (nilai fungsional, nilai sosial, dan nilai emosional) secara simultan maupun parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pasien VIP pada RSU Anutapura Palu
5.	Nurullah Hidajahningtyas, Andi Sularso, Imam Suroso	Pengaruh Citra, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Di Poliklinik Eksekutif Rumah	Citra, Kualitas Layanan, dan Kepuasan sebagai variabel independen (X) dan Loyalitas pasien sebagai	Citra berpengaruh terhadap kualitas pelayanan, citra berpengaruh terhadap kepuasan pasien, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien, kualitas pelayanan

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	(2013)	Sakit Daerah dr. Sobandi Kabupaten Jember	variabel dependen (Y)	berpengaruh terhadap loyalitas pasien, kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien, citra berpengaruh terhadap loyalitas pasien, citra poliklinik mempengaruhi persepsi kualitas layanan yang kemudian mempengaruhi kepuasan yang dirasakan sehingga membentuk loyalitas pasien
6.	Fatriansah (2014)	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pasien Rumah Sakit Syarif Hidayatullah	Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga sebagai variabel independen (X), Kepuasan Pasien dan Loyalitas Pasien sebagai variabel dependen (Y)	Citra merek memberikan pengaruh secara signifikan sebesar 41,8 % terhadap kepuasan pasien. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara 24,6 % terhadap kepuasan pasien. Harga memberikan pengaruh secara signifikan sebesar 8,5 % terhadap kepuasan pasien. Citra merek, kualitas pelayanan, dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien sebesar 76,7 %. Citra merek memberikan pengaruh secara signifikan sebesar 16,6 % terhadap loyalitas pasien. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara 13,8 % terhadap loyalitas pasien. Harga memberikan pengaruh secara signifikan sebesar 3,6 % terhadap loyalitas pasien. Kepuasan pasien memberikan pengaruh signifikan sebesar 11,9 % terhadap loyalitas pasien. Citra merek, kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pasien memiliki pengaruh yang signifikan

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				terhadap loyalitas pasien sebesar 73,3 %
7.	Adityawarman Adil (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Umum Daerah Kota Bogor	Kualitas Pelayanan dan Harga sebagai variabel independen (X), Kepuasan dan Loyalitas Pasien sebagai variabel dependen (Y)	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan pasien dengan nilai t hitung sebesar 12.683 (>1.96) dan nilai koefisien positif (0.637). Harga berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan pasien dengan nilai t hitung sebesar 5.948 (>1.96) dan nilai koefisien positif (0.326). Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas pasien dengan nilai t hitung sebesar 2.819 (>1.96) dan nilai koefisien positif (0.340). Harga tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas pasien dengan nilai t hitung sebesar 0.742 (<1.96) dan nilai koefisien positif (0.070). Kepuasan pasien berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas pasien dengan nilai t hitung sebesar 2.707 (>1.96) dan nilai koefisien positif (0.367). Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas sebesar 0.225, lebih kecil dari pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas (0.367).
8.	Yolis Arhamni dan Imroatul	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan	Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan sebagai	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Hasanah (2015)	terhadap Kepuasan Konsumen pada Balai Kesehatan Paru Masyarakat (BKPM) di Semarang	variabel independen (X), Kepuasan Konsumen sebagai variabel dependen (Y)	hitung = 5,140 dengan signifikansi 0,000 nilai koefisien regresi 0,428. Nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai nilai t hitung = 4,585 dengan signifikansi 0,000 dan nilai koefisien regresi 0,382. Kualitas pelayanan dan nilai pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien sebesar 48 %
9.	Conny Sondakh (2014)	Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)	Kualitas Layanan dan Citra Merek sebagai variabel independen (X), Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah sebagai variabel dependen (Y)	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi $0.015 < 0,05$. Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi $0.738 > 0,05$. Kualitas pelayanan dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar 22,3 %. Kepuasan nasabah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar 46,7%
10.	Luh Ayu Mulyaningsih dan I Gst Agung Kerut Gede Suasana (2016)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP di Denpasar	Kualitas Layanan dan Citra Merek sebagai variabel independen (X), Kepuasan Nasabah sebagai variabel dependen (Y)	kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah dengan dengan nilai nilai t hitung sebesar 7,231 dengan signifikansi 0,000 dan nilai koefisien regresi 0,582. Citra berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah dengan dengan nilai nilai t

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				hitung sebesar 4,353 dengan signifikansi 0,000 dan nilai koefisien regresi 0,350. Kualitas pelayanan dan citra secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan sebesar 80,1%.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Bentuk penelitian ini adalah penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Sugiono, 2011). Penelitian ini menggunakan analisa data kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh dua atau lebih variabel, yaitu kualitas pelayanan, citra rumah sakit, nilai pelanggan, dan kepuasan pasien.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2011) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien yang berobat di Rumah Sakit Umum Tiara Pematang Siantar yang terdiri dari pasien rawat inap dan pasien rawat jalan.

Menurut Sugiyono (2011) sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2011). Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti

jumlahnya karena sangat banyak sehingga dalam menentukan sampel menggunakan teknik sampling aksidental (*accidental sampling*) yaitu teknik penentuan sampel didasarkan kepada siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dapat digunakan sebagai sampel, sepanjang orang yang ditemui tersebut cocok dijadikan sebagai sumber data.

Dalam menentukan banyaknya jumlah sampel yang akan digunakan, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Rao Purba (1996) yaitu :

$$n = \frac{Z^2}{4(\text{moe})^2}$$

Dimana :

n = jumlah sampel yang akan digunakan

Z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penelitian (95% = 1,96)

moe = *margin of error* (kesalahan maksimum yang bisa ditolerir (10% = 0,10)

sehingga berdasarkan rumus tersebut diperoleh sampel untuk penelitian ini yaitu :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$

$n = 96,04$ dibulatkan menjadi 96.

Berdasarkan hitungan di atas jumlah sampel yang digunakan sebanyak 96 orang, akan tetapi pada prinsipnya tidak ada aturan yang pasti untuk menentukan persentase yang dianggap tetap dalam menentukan sampel (Rao Purba, 1996). Sampel ditetapkan menjadi 115 orang sebagai antisipasi terhadap kuisioner yang tidak dapat digunakan dalam penelitian atau pengolahan data.

C. Operasional Variabel

Pengertian operasional variabel menurut Sugiyono (2011) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Operasional variabel juga dapat diartikan penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substantif dari suatu konsep. Tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasionalnya alat ukur yang akan digunakan untuk kuantifikasi gejala atau variabel yang ditelitinya.

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang berasal dari sumber asli atau sumber yang pertama yang secara umum kita sebut sebagai narasumber (Sarwono, 2012). Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang dalam hal ini adalah pasien yang datang berobat ke Rumah Sakit Umum Tiara, baik pasien yang datang untuk rawat inap maupun pasien yang datang untuk rawat jalan. Kuesioner yang dibagikan kepada responden bersifat tertutup sehingga responden tinggal memilih jawaban sesuai dengan variasi jawaban yang telah disediakan.

Variabel yang akan dioperasionalkan dalam penelitian ini adalah semua variabel yang terkandung dalam hipotesis, yaitu :

1. Kualitas pelayanan (Kotler, 2002) merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuan Rumah Sakit Umum Tiara untuk memuaskan kebutuhan pasien, baik yang nampak jelas

maupun yang tersembunyi yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati.

2. Citra (Adbel-Salam et al., 2013) merupakan kesan secara umum yang tertinggal di benak pasien terhadap rumah sakit sebagai hasil dari kumpulan perasaan, ide, sikap dan pengalaman yang disimpan dalam ingatan yang terdiri dari *Personality* (Kepribadian), *Reputation* (Reputasi), *Values/Ethics* (Nilai/Etika), dan *Corporate Identity* (Identitas perusahaan)
3. Nilai Pelanggan (Tjiptono, 2005) yang merupakan ikatan emosional yang terjalin antara pasien dan Rumah Sakit Umum Tiara setelah pasien menggunakan produk dan jasa dari Rumah Sakit dan mendapati bahwa produk atau jasa tersebut memberi nilai tambah yang terdiri dari *emotional value, social value, quality/performance value, price/value of money*.
4. Kepuasan pasien (Kotler dan Keller, 2015) merupakan tingkat perasaan pasien setelah membandingkan antara apa yang dia terima dari Rumah Sakit Umum Tiara dan harapannya.

Data yang diperoleh masih merupakan data kualitatif, maka untuk mengolah data tersebut melalui perhitungan statistik harus dilakukan pentransformasian dalam bentuk data kuantitatif dengan menggunakan simbol berupa angka. Adapun nilai kuantitatif yang telah disusun dilakukan dengan Skala Likert. Nilai dari pilihan tersebut antara lain 1,2,3,4 dan 5. Skala Likert terdiri dari:

- Sangat Setuju (SS dengan skor 5)
- Setuju (S dengan skor 4)
- Kurang Setuju (KS dengan skor 3)

- Tidak Setuju (TS dengan skor 2)
- Sangat Tidak Setuju (STS dengan skor 1)

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI OPERASIONAL	DIMENSI / INDIKATOR	SKALA PENGUKURAN	SUMBER DATA
Kualitas Pelayanan (X_1)	Totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuan Rumah Sakit Umum Tiara untuk memuaskan kebutuhan pasien, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi	1. bukti fisik 2. kehandalan 3. ketanggapan 4. jaminan 5. empati	Skala Likert	Pasien / Pelanggan
Citra (X_2)	Kesan secara umum yang tertinggal di benak pasien terhadap Rumah Sakit Umum Tiara sebagai hasil dari kumpulan perasaan, ide, sikap dan pengalaman yang disimpan dalam ingatan	1. <i>Personality</i> (Kepribadian) 2. <i>Reputation</i> (Reputasi) 3. <i>Values/Ethics</i> (Nilai/Etika) 4. <i>Corporate Identity</i> (Identitas Perusahaan)	Skala Likert	Pasien / Pelanggan
Nilai Pelanggan (X_3)	Ikatan emosional yang terjalin antara pasien dan Rumah Sakit Umum Tiara setelah pasien menggunakan produk dan jasa dari Rumah Sakit dan mendapati bahwa produk atau jasa tersebut memberi nilai tambah	1. <i>emotional value</i> 2. <i>social value</i> 3. <i>quality /performance value</i> 4. <i>price / value of money</i>	Skala Likert	Pasien / Pelanggan
Kepuasan Pasien (Y)	Tingkat perasaan pasien setelah membandingkan antara apa yang dia terima dari Rumah	1. Secara keseluruhan (<i>overall satisfaction</i>) Rumah Sakit	Skala Likert	Pasien / Pelanggan

VARIABEL	DEFINISI OPERASIONAL	DIMENSI / INDIKATOR	SKALA PENGUKURAN	SUMBER DATA
	Sakit Umum Tiara dan harapannya	Tiara dapat memberikan kepuasan jasa Rumah Sakit pada pasien 2. Produk Rumah Sakit dan/atau pelayanan yang ditawarkan telah sesuai dengan harapan pasien (<i>expectation</i>) 3. Rumah Sakit telah memberikan kepuasan pada pasien selama menjalin hubungan dengan rumah sakit (<i>experience</i>).		

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

1. Wawancara (*interview*) adalah pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung kepada manajemen Rumah Sakit Umum Tiara. Tujuan wawancara ini adalah untuk mendapatkan informasi terkait dengan kebijakan-kebijakan yang terkait dengan pelayanan yang diberikan rumah sakit dalam rangka mencapai tujuan rumah sakit, terutama dalam hal peningkatan mutu pelayanan serta kendala-kendala yang dihadapi.
2. Daftar pertanyaan (*questionnaire*) yang diberikan kepada pasien rawat inap dan pasien rawat jalan Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar yang menjadi responden penelitian.

3. Studi dokumentasi berupa laporan kunjungan pasien, laporan keuangan, laporan keluhan pasien Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini bersumber dari data primer yaitu data yang diperoleh dari wawancara (*interview*) dan pengisian daftar pertanyaan (*questionnaire*) yang diberikan kepada pasien rawat inap dan pasien rawat jalan Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar sebagai responden. Sedangkan data sekunder yaitu data studi dokumentasi berupa laporan kunjungan pasien, dan laporan keluhan pasien Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar.

F. Skala Penyelesaian

Dalam penelitian ini, pemodelan skala sikap yang digunakan adalah skala Likert. Menurut Sarjono (2011), Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu kejadian / keadaan sosial. Dalam pengukuran menggunakan Likert, kita harus menentukan sebuah variabel yang harus dijabarkan menjadi beberapa indikator/sub-indikator yang akan digunakan untuk menyusun pernyataan responden.

Adapun pernyataan yang dapat digunakan dalam skala Likert terdiri dari 2 jenis, yaitu pernyataan positif dan pernyataan negatif. Setiap pernyataan tersebut diberi nilai (*score*). Pilihan jawaban dapat dibuat beragam, tergantung pada pendapat responden terhadap pernyataan yang diberikan. Teknik pengukuran (teknik penskalaan) dalam kuesioner ini menggunakan *Likert's Summated Rating*

(LSR), yaitu skala atau pengukuran sikap responden, jawaban pernyataan dinyatakan dalam pilihan yang mengakomodasi jawaban antara sangat setuju sampai sangat tidak setuju dengan gambaran sebagai berikut :

- 1 = STS (Sangat Tidak Setuju)
- 2 = TS (Tidak Setuju)
- 3 = KS (Kurang Setuju)
- 4 = S (Setuju)
- 5 = SS (Sangat Setuju)

G. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument

1. Uji Validitas

Salah satu instrumen yang sering dipakai dalam penelitian ilmiah adalah angket atau kuesioner, yang bertujuan untuk mengetahui pendapat seseorang mengenai suatu hal. Untuk mengetahui apakah instrumen angket yang dipakai cukup layak digunakan sehingga mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan ukurannya maka dilakukan uji validitas.

Untuk mendapatkan data yang lebih akurat penulis terlebih dahulu melakukan uji validitas internal, yaitu menguji validitas setiap butir pertanyaan (*content validity*). Menurut Sugiyono (2004), bahwa: “jika nilai validitas setiap pertanyaan lebih besar dari 0,30 maka butir pertanyaan dianggap sudah valid”.

Validitas sebagai suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keakuratan atas instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila instrumen itu mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengukur data yang diteliti secara tepat. Suatu instrumen dikatakan valid atau sah mempunyai validitas

tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Arikunto, 2002).

Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai r_{hitung} yang dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Jika r_{hitung} tiap butir lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan uji satu sisi, taraf signifikan 5% dengan $df = n-2$.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut :

- a. Apabila nilai r_{hasil} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir atau variabel tersebut valid.
- b. Apabila nilai r_{hasil} negative dan $r_{hitung} < r_{tabel}$, atau r_{hasil} negative $> r_{tabel}$ maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

Dari hasil validitas dengan menggunakan SPSS 20.0 untuk setiap indikator pada setiap variabel diketahui validitas masing-masing butir instrumen dengan membandingkan dengan r Kritis (dimana $N = 115$ memiliki r Kritis sebesar 0,183) dapat dijelaskan pada tabel-tabel rangkuman validitas seperti terlihat berikut ini :

- i. Untuk variabel kualitas pelayanan

Tabel 3.2
Rangkuman Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan

No Item	Korelasi Skor Item Terhadap Skor Total	r Kritis	Keterangan
1	0,852	0,183	Valid
2	0,888	0,183	Valid
3	0,865	0,183	Valid
4	0,290	0,183	Valid
5	0,805	0,183	Valid
6	0,800	0,183	Valid
7	0,616	0,183	Valid
8	0,900	0,183	Valid
9	0,927	0,183	Valid

No Item	Korelasi Skor Item Terhadap Skor Total	r Kritis	Keterangan
10	0,857	0,183	Valid
11	0,888	0,183	Valid
12	0,908	0,183	Valid
13	0,843	0,183	Valid
14	0,294	0,183	Valid
15	0,425	0,183	Valid
16	0,543	0,183	Valid

Sumber : Data diolah

Dari perhitungan seperti tertera pada tabel 3.2 di atas, dengan membandingkan antara hasil hitung skor *item* terhadap skor total dengan skor *r* kritis, dapat diketahui bahwa dari sejumlah butir instrumen yang diuji cobakan ternyata semua dinyatakan *valid* (16 butir pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan). Dengan demikian, instrumen variabel kualitas pelayanan yang diajukan dalam penelitian ini keseluruhan berjumlah atau sebanyak 16 butir pertanyaan.

2. Untuk variabel citra

Tabel 3.3
Rangkuman Validitas Variabel Citra

No Item	Korelasi Skor Item Terhadap Skor Total	r Kritis	Keterangan
1	0,609	0,183	Valid
2	0,612	0,183	Valid
3	0,601	0,183	Valid
4	0,612	0,183	Valid
5	0,351	0,183	Valid
6	0,233	0,183	Valid
7	0,352	0,183	Valid
8	0,395	0,183	Valid

Sumber : Data diolah

Dari perhitungan seperti tertera pada tabel 3.3 di atas, dengan membandingkan antara hasil hitung skor *item* terhadap skor total dengan skor *r* kritis, dapat diketahui bahwa dari sejumlah butir instrumen yang diuji cobakan ternyata dari 8 item pertanyaan yang diajukan keseluruhannya menunjukkan data yang valid. Dengan demikian, dalam penelitian ini instrumen variabel citra terdapat 8 item pertanyaan.

3. Untuk variabel nilai pelanggan

Tabel 3.4
Rangkuman Validitas Variabel Nilai Pelanggan

No Item	Korelasi Skor Item Terhadap Skor Total	r Kritis	Keterangan
1	0,694	0,183	Valid
2	0,674	0,183	Valid
3	0,452	0,183	Valid
4	0,512	0,183	Valid
5	0,668	0,183	Valid
6	0,666	0,183	Valid
7	0,635	0,183	Valid
8	0,708	0,183	Valid

Sumber : Data diolah

Dari perhitungan seperti tertera pada tabel 3.4 di atas, dengan membandingkan antara hasil hitung skor *item* terhadap skor total dengan skor *r* Kritis, dapat diketahui bahwa dari sejumlah butir instrumen yang diuji cobakan ternyata semua dinyatakan *valid* (8 butir pertanyaan untuk variabel nilai pelanggan). Dengan demikian, instrumen Variabel Nilai Pelanggan yang diajukan dalam penelitian ini keseluruhan berjumlah atau sebanyak 8 butir pertanyaan.

9. Untuk variabel kepuasan pasien

Tabel 3.5
Rangkuman Validitas Variabel Kepuasan Pasien

No Item	Korelasi Skor Item Terhadap Skor Total	r Kritis	Keterangan
1	0,775	0,183	Valid
2	0,731	0,183	Valid
3	0,887	0,183	Valid

Sumber : Data diolah

Dari perhitungan seperti tertera pada tabel 3.5 di atas, dengan membandingkan antara hasil hitung skor *item* terhadap skor total dengan skor *r* kritis, dapat diketahui bahwa dari sejumlah butir instrumen yang diuji cobakan ternyata semua dinyatakan *valid* (3 butir pertanyaan untuk variabel kepuasan pasien). Dengan demikian, instrumen variabel kepuasan pasien yang diajukan dalam penelitian ini keseluruhan berjumlah 3 butir pertanyaan.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu (Sugiyono, 2004).

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstrukstur atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Alpha Cronbach ≥ 0.60 (Ghozali, 2006).

Uji ini digunakan untuk mengetahui konsistensi hasil sebuah jawaban tentang tanggapan responden. Untuk melakukan pengujian reliabilitas penulis menggunakan *Statistical Package for Social Science* (SPSS).

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha*. Nilai *Cronbach Alpha* reliabilitas yang baik adalah yang makin mendekati 1. Menurut Sekaran (2000), dinyatakan bahwa : “reliabilitas yang kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan reliabilitas dengan *Cronbach Alpha* 0,6 atau di atasnya adalah baik”.

Pengujian realibilitas untuk variabel kualitas pelayanan, citra, nilai pelanggan, dan kepuasan pasien adalah sebagai berikut :

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No Item	Indikator	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X_1)	0,862	Reliabel
2	Citra (X_2)	0,658	Reliabel
3	Nilai Pelanggan (X_3)	0,788	Reliabel
4	Kepuasan Pasien	0,719	Reliabel

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 3.6 di atas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha masing-masing item pertanyaan yaitu dari item pertanyaan 1 sampai dengan item 16 menunjukkan angka bernilai > 0.60 . Sesuai dengan pendapat Sekaran (2000) yang menyatakan bahwa reliabilitas dengan *Cronbach Alpha* di atas 0,7 adalah dapat diterima, sehingga realibilitas dari setiap variabel tersebut di atas dinyatakan memiliki tingkat keandalan atau *reliabel*.

H. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang didasarkan pada data yang diperoleh dari para responden dan dinyatakan dalam bentuk tabulasi data. Dalam penelitian ini analisis berdasarkan uraian hasil jawaban dari kuesioner yang telah dibagikan kepada responden yang telah ditetapkan.

Data yang terkumpul dikelompokkan berdasarkan kategori hasil penilaian terhadap masing-masing indikator setiap variabel penelitian. Untuk menentukan kategori penilaian responden disusun interval sebagai berikut:

- a. Rata-rata penilaian responden : 0 – 1,4 kategori sangat rendah
- b. Rata-rata penilaian responden : 1,5 – 2,4 kategori rendah
- c. Rata-rata penilaian responden : 2,5 – 3,4 kategori cukup
- d. Rata-rata penilaian responden : 3,5 – 4,4 kategori tinggi
- e. Rata-rata penilaian responden : 4,5 – 5 kategori sangat tinggi

Berdasarkan hasil pengelompokan kategori penilaian responden terhadap masing-masing indikator setiap variabel penelitian, selanjutnya dilakukan analisis tindakan yang harus dilaksanakan organisasi untuk mempertahankan indikator yang sudah baik dan memperbaiki indikator yang masih rendah.

2. Pengujian Hipotesis

Ada dua jenis hipotesis terhadap koefisien regresi yang dapat dilakukan, yaitu uji t dan uji F. Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara individu sedangkan uji F digunakan untuk menguji koefisien regresi secara bersama-sama.

- a. Hipotesis 1, Hipotesis 2, Hipotesis 3 : Kualitas pelayanan (X_1), citra (X_2) dan nilai pelanggan (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pasien (Y) pada Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar. Dalam menguji hipotesis ini, digunakan model persamaan regresi linier berganda yang dirumuskan sebagai berikut :

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

Dimana :

Y = kepuasan pasien.

A = intersep Y , yang merupakan titik potong dengan sumbu Y

b = koefisien regresi

X_1 = kualitas pelayanan

X_2 = citra

X_3 = nilai pelanggan

e = epsilon atau variabel yang tidak terungkap.

Selanjutnya digunakan uji t (uji parsial) untuk melihat pengaruh secara parsial masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria pengujiannya adalah $H_0 : b_1 = 0$ (kualitas pelayanan, citra, dan nilai pelanggan secara bersama – sama tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien). $H_0 : b_1 \neq 0$ (kualitas pelayanan, citra, dan nilai pelanggan secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien). Tingkat kepercayaan pada penelitian ini adalah 95% dan level pengujian yang digunakan adalah α (alpha) =

5%. Jika nilai $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka hipotesa H_0 diterima dan H_a ditolak. Sebaliknya jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

- b. Pengujian Hipotesis 4 : kualitas pelayanan (X_1), citra (X_2) dan nilai pelanggan (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pasien (Y) pada Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar.

Kaidah pengujian signifikansi secara simultan dengan menggunakan uji F.

Kriteria pengujian hipotesis untuk uji serempak (uji statistik F) untuk melihat signifikansi secara simultan variabel terikat terhadap variabel bebas. $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$ (kualitas pelayanan, citra dan nilai pelanggan secara bersama – sama tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien).

H_a : minimal satu $b_1 \neq 0$ kualitas pelayanan, citra dan nilai pelanggan secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien)

Tingkat kepercayaan pada penelitian ini adalah 95% dan level pengujian yang digunakan adalah α (alpha) = 5%. Apabila nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, hal ini berarti bahwa variabel – variabel bebasnya secara bersama – sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya. Sebaliknya jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti bahwa variabel – variabel bebasnya secara bersama – sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh ketiga variabel digunakan uji R^2 . Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain (Santosa & Ashari, 2005).



BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Rumah Sakit

Rumah Sakit Tiara didirikan berdasarkan akta pendirian Yayasan Tiara Kasih Sejati Nomor 8 dihadapan Notaris Henry Sinaga, S.H, SpN. Yayasan ini memiliki maksud dan tujuan yaitu bergerak di bidang jasa dengan cara mengoperasikan kegiatan penyelenggaraan dan pengembangan rumah sakit serta menyediakan sarana maupun prasarana penunjang kelangsungan, kelancaran dan peningkatan mutu pelayanan Rumah Sakit Tiara Pematangsiantar. Rumah sakit yang beralamat di Jalan Menambin No. 4 Kelurahan Timbang Galung, Kecamatan Siantar Barat, Kota Pematang Siantar ini pertama sekali berdiri tanggal 17 Juni 1994 dan merupakan Rumah Sakit Bersalin dan berubah menjadi rumah sakit yang melayani pasien umum dan menyeluruh sejak tanggal 17 Juni 1995 berdasarkan surat ijin sementara yang dikeluarkan oleh Badan Pelayanan dan Perijinan Terpadu (BPPT) Kota Pematangsiantar dan dapat dilakukan perpanjangan setiap tahun.

Yayasan Tiara Kasih Sejati mengalami perubahan status badan hukum menjadi PT. Tiara Kasih Sejati dengan akta Nomor 7 tanggal 13 Oktober 2015. Pada saat ini status RSU Tiara Pematangsiantar adalah Rumah Sakit type C berdasarkan SK Menteri Kesehatan Nomor : HK.02.03/1/0501/2015 tanggal 2 Maret 2015.

2. Profil Rumah Sakit Umum Tiara

a. Kedudukan

Rumah Sakit Umum Tiara secara administratif operasional berada di bawah dan bertanggung jawab kepada PT Tiara Kasih Sejati Pematang Siantar. Secara teknis fungsional pelayanan kesehatan, rumah sakit mengacu dan bertanggung jawab kepada Departemen Kesehatan melalui Dinas Kesehatan Kota Pematang Siantar.

b. Falsafah dan Tujuan

Rumah Sakit Umum Tiara memiliki falsafah sebagai rumah sakit swasta yang berupaya meningkatkan pelayanan kesehatan masyarakat tanpa membedakan suku bangsa, agama, dan tingkat sosial ekonomi masyarakat yang dilayani.

Rumah Sakit Umum Tiara memiliki tujuan yaitu :

- Untuk mewujudkan pelayanan kesehatan secara menyeluruh yang sesuai dengan standar pelayanan medis.
- Mengembangkan usaha pelayanan rumah sakit untuk meningkatkan derajat kesehatan yang optimal.

c. Visi Rumah Sakit Umum Tiara

Rumah Sakit Umum Tiara memiliki visi menjadi rumah sakit yang memberikan pelayanan kesehatan terbaik, berkualitas, penuh kasih sayang kepada pasien serta keluarga pasien.

d. Misi Rumah Sakit Umum Tiara

Rumah Sakit Umum Tiara memiliki misi antara lain:

- Meningkatkan kualitas dan kuantitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan sarana/ prasarana pelayanan di semua bidang secara terus menerus dan berkesinambungan.
- Memberikan pelayanan kesehatan terpadu sesuai kebutuhan pasien dan keluarga pasien

e. Tugas Rumah Sakit Umum Tiara

Rumah Sakit Umum Tiara memiliki tugas untuk melaksanakan upaya kesehatan yang berdaya guna dengan mengutamakan upaya penyembuhan dan pemulihan yang dilaksanakan secara serasi dan terpadu dengan upaya peningkatan dan pencegahan serta melaksanakan upaya rujukan.

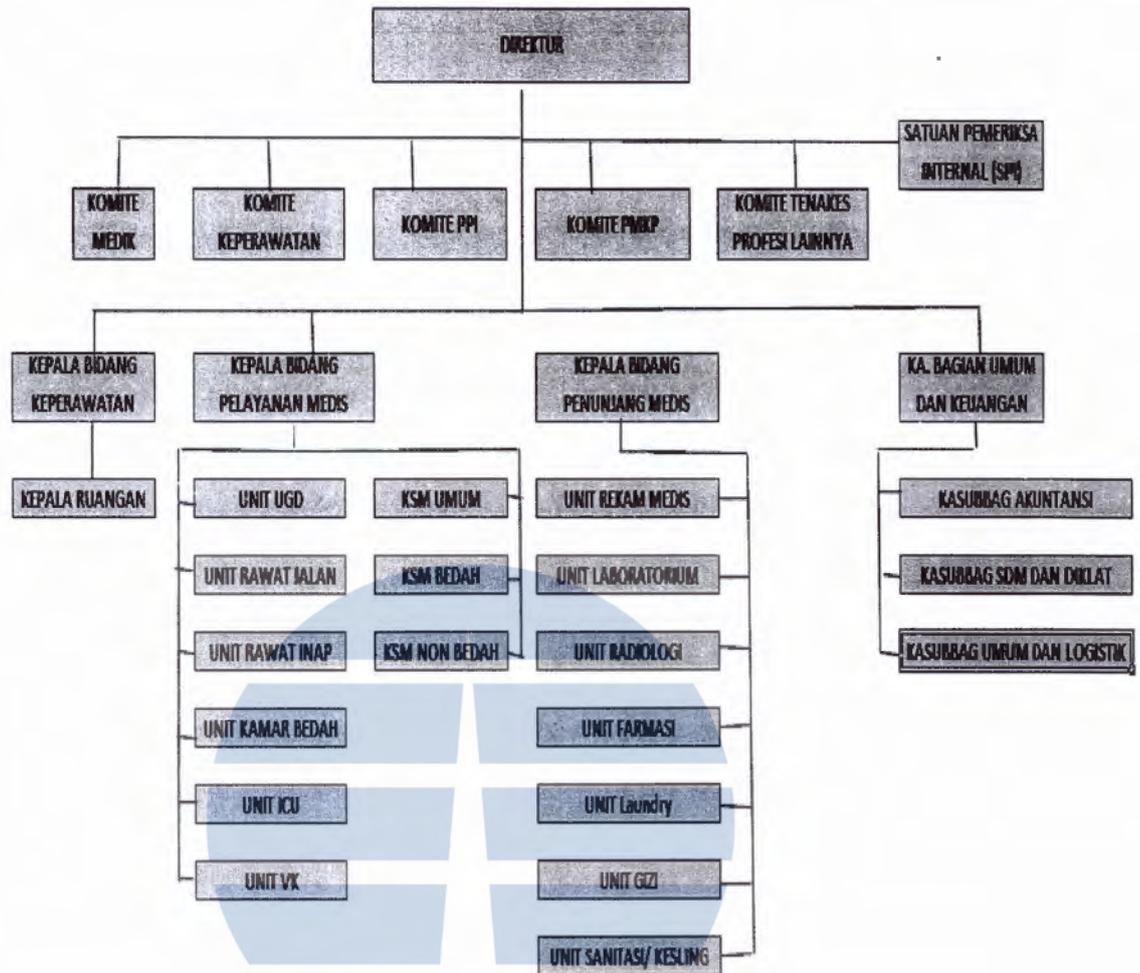
f. Tujuan Pokok dan Fungsi

Tujuan Pokok Rumah Sakit Umum Tiara adalah untuk mewujudkan pelayanan kesehatan secara menyeluruh yang sesuai dengan standar pelayanan medis dan mengembangkan usaha pelayanan rumah sakit untuk meningkatkan derajat kesehatan yang optimal.

Dalam menjalankan tugasnya Rumah Sakit Umum Tiara menjalankan fungsi :

- Pelayanan Medis dan Spesialistik
- Pelayanan Penunjang Medis dan Nonmedis
- Pelayanan dan Asuhan Keperawatan
- Pelayanan Rujukan
- Kegiatan Administrasi dan Keuangan

g. Struktur Organisasi Rumah Sakit Umum Tiara



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar

h. Sumber Daya Manusia Rumah Sakit Umum Tiara

Tenaga medis yang ada di Rumah Sakit Umum Tiara terdiri dari dokter umum, dokter spesialis dan tenaga keperawatan.

Tabel 4.1
Jumlah Pegawai Medis
Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar Tahun 2017

No	Uraian	Jumlah (orang)	Laki-Laki	Perempuan
1	Dokter Umum	10	5	5
2	Dokter Spesialis Obstetri dan Ginekologi	2	2	-

No	Uraian	Jumlah (orang)	Laki-Laki	Perempuan
3	Dokter Spesialis Bedah	2	2	-
4	Dokter Spesialis Penyakit Dalam	2	1	1
5	Dokter Spesialis Anak	2	-	2
6	Dokter Spesialis Paru	1	1	-
7	Dokter Spesialis Radiologi	1	-	1
8	Dokter Spesialis Anastesi	1	1	-
9	Dokter Spesialis Syaraf	1	-	1
10	Dokter Spesialis Patologi Klinik	1	-	1
11	Tenaga Keperawatan	63	-	63
Total		86	12	74

Sumber : RSU Tiara Pematangsiantar

i. Sarana dan Prasarana

Rumah Sakit Umum Tiara memiliki luas tanah sebesar 3.563 m² dan luas bangunan sebesar 2.800 m² dan memiliki fasilitas tempat tidur sebanyak 100 tempat tidur dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 4.2
Jumlah Fasilitas Tempat Tidur
Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar Tahun 2017

No	Ruang	Jumlah
1	Kelas III	28
2	Kelas II	23
3	Kelas I	22
4	VIP	3
5	VVIP	2
6	Ruang Nifas	7
7	Neonatus	11
8	ICU	4
Total Tempat Tidur		100

Sarana transportasi yang dimiliki oleh Rumah Sakit Umum Tiara terdiri dari 7 unit kendaraan roda empat dimana 1 unit sebagai kendaraan operasional

dan 6 buah kendaraan ambulans. Selain itu sarana yang prasarana yang dimiliki oleh Rumah Sakit Umum Tiara antara lain :

- Listrik PLN : 103 Kva
- Generator Genset : 250 Kva
- Air Bersih : PDAM dan Sumur Bor
- Telepon : 2 Saluran External

j. Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit Umum Tiara

1) Unit Rawat Jalan

Pelayanan Kesehatan yang diberikan dalam unit rawat jalan antara lain:

- Poliklinik Umum
- Poliklinik Penyakit Dalam
- Poliklinik Gigi
- Poliklinik Syaraf
- Poliklinik Anak
- Poliklinik Jantung
- Poliklinik Obgin
- Poliklinik Bedah
- Unit Gawat Darurat

2) Unit Rawat Inap

Terdapat beberapa jenis kamar perawatan dalam unit rawat inap yaitu:

- Kamar Perawatan Pria
- Kamar Perawatan Wanita

- Kamar perawatan VIP dan VVIP
- Kamar perawatan Kelas I, Kelas II, dan Kelas III
- Kamar Perawatan Anak-anak
- Kamar Perawatan Kebidanan dan Kandungan
- Kamar Perawatan ICU
- Kamar Perawatan ICCU

k. Sarana Penunjang Lainnya:

- 1) Radiologi
- 2) ECG
- 3) IPAL RS
- 4) Instalasi farmasi
- 5) USG
- 6) Fisioterapi
- 7) Laboratorium
- 8) CT Scan
- 9) Ruang Bedah, terdiri dari:
 - a) Kamar bedah minor (1 kamar)
 - b) Kamar bedah mayor (1 kamar)
 - c) Kamar pemulihan (*recovery room*)
- 10) Dapur
- 11) Kamar cuci
- 12) Kamar jenazah
- 13) Musholla

14) Lapangan parkir

3. Responden

Hasil penelitian yang disajikan dalam bagian ini meliputi deskripsi identitas responden, yang meliputi karakteristik jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, pekerjaan dan alasan memilih rumah sakit. Selanjutnya akan dibahas mengenai distribusi tunggal pada tiap-tiap variabel. Dengan deskripsi ini diharapkan akan memberikan gambaran secara menyeluruh tentang aspek-aspek penting yang mencerminkan variabel yang diuji yaitu kualitas pelayanan, citra rumah sakit, dan nilai pelanggan. Selanjutnya juga akan disajikan analisis pengaruh masing-masing variabel.

a. Identitas Responden

Distribusi frekuensi mengenai jenis kelamin memperlihatkan sebagian besar pasien yang menjadi responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 62 orang (53,9%), sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 53 orang (46,1%). Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan pasien yang berobat di Rumah Sakit Tiara adalah pasien berjenis kelamin perempuan.

Sementara itu apabila dilihat dari distribusi frekuensi menurut kelompok umur maka terlihat bahwa sebanyak 28 (24,3%) pasien dengan umur di bawah 20 tahun, sebanyak 24 (20,9%) pasien dengan umur 21-30 tahun, sebanyak 26 (22,6%) pasien dengan umur 31-40 tahun, sebanyak 29 (29%) pasien dengan umur 41-50 tahun, dan sebanyak 8 (7%) pasien dengan umur diatas 50 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan pasien di Rumah Sakit Umum Tiara berada

pada umur yang masih produktif. Hasil distribusi frekuensi berdasarkan jenis kelamin dan umur ini dapat dilihat pada tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4.3
Responden Menurut Jenis Kelamin dan Umur

No	Kriteria Jenis Kelamin / Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	< 20 tahun	16	12	28
2	21 - 30 tahun	11	13	24
3	31 – 40 tahun	11	15	26
4	41 – 50 tahun	14	15	29
5	> 51 tahun	1	7	8
Jumlah		53	62	115

Sumber: Data diolah

Dari data responden pasien RSU Tiara dilihat dari distribusi frekuensi berdasarkan tingkat pendidikan sebanyak 21 pasien RSU Tiara berpendidikan SMU, 21 pasien berpendidikan Diploma III (D3), 60 pasien berpendidikan S1-sederajat, 12 orang pasien berpendidikan S2-sederajat, dan 1 orang pasien berpendidikan S3-sederajat. Data responden pasien RSU Tiara dilihat dari distribusi frekuensi berdasarkan tingkat pekerjaan sebanyak 10 orang pasien RSU Tiara bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa, 28 orang pasien memiliki pekerjaan sebagai PNS, 35 orang pasien memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta, 13 orang pasien memiliki pekerjaan sebagai guru/pengajar, 29 orang pasien memiliki pekerjaan lain-lain (arsitektur, berdagang, konsultan, dan sebagainya). Data tersebut dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4
Responden Menurut Tingkat Pendidikan dan Pekerjaan

No	Pendidikan/ Pekerjaan	Pelajar / Mahasiswa	PNS	Pegawai Swasta	Guru /Pengajar	Lain-Lain	Jumlah
1	SMP/SMU	6	5	4	0	6	21
2	D3	4	3	7	3	4	21
3	S1 – sederajat	0	15	20	8	17	60
4	S2 – sederajat	0	5	4	1	2	12
5	S3 – Sederajat	0	0	0	1	0	1
Jumlah		10	28	35	13	29	115

Sumber: Data diolah

Data responden pasien RSU Tiara dilihat dari distribusi frekuensi berdasarkan tingkat alasan pasien memilih RSU Tiara sebesar 16,5% pasien RSU Tiara memilih karena lokasinya yang mudah terjangkau, 21,7% pasien RSU Tiara memilih karena biaya yang terjangkau, 20,9% pasien RSU Tiara memilih karena saran ataupun tunjangan kesehatan dari kantor, 32,2% pasien RSU Tiara memilih karena layanan rumah sakit, dan 8,7% pasien RSU Tiara memilih karena fasilitasnya yang cukup lengkap. Data tersebut dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5
Responden Menurut Tingkat Alasan Memilih Rumah Sakit

No	Pekerjaan	N	%
1	Lokasi	19	16,5
2	Biaya	25	21,7
3	Kantor	24	20,9
4	Layanan	37	32,2
5	Fasilitas	10	8,7
Jumlah		115	100

Sumber: Data diolah

5. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

1. Variabel Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuan Rumah Sakit Umum Tiara untuk memuaskan kebutuhan pasien, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Kualitas pelayanan setiap rumah sakit bisa berbeda-beda tergantung dari cara seseorang menilainya. Dalam kualitas pelayanan terdapat 5 unsur yang saling menunjang yaitu: bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Kelima unsur tersebut harus bersinergi dan saling menunjang satu sama lain dalam menghasilkan sesuatu yang sesuai dengan kualitas pelayanan rumah sakit. Dalam penelitian ini, terdapat 5 indikator yang dapat dilihat dalam menetapkan standar kualitas pelayanan, yaitu: bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati yang dihimpun dalam 16 item pertanyaan. Secara umum, frekuensi dan persentase pendapat responden atas variabel kualitas pelayanan Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar dapat dilihat pada tabel 4.6 di bawah ini:

Tabel 4.6
Frekuensi dan Persentase Penilaian Pendapat Responden
Atas Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan

No	PERTANYAAN	Skor										Rata Rata	Kategori
		STS		TS		KS		S		ST			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)													
1	Bangunan Rumah Sakit Tiara tertata rapi, bersih, dan nyaman	3	2,6	20	17,4	46	40	43	37,4	3	2,6	3,2	Cukup
2	Dokter dan petugas kesehatan berpenampilan rapi dan bersih	0	0	16	13,9	54	47	38	33	7	6,1	3,3	Cukup
3	Rumah Sakit Tiara memiliki peralatan kesehatan yang memadai	0	0	15	13	38	33	58	60,4	4	3,5	3,4	Cukup

No	PERTANYAAN	Skor										Rata Rata	Kategori
		STS		TS		KS		S		ST			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
4	Kondisi ruangan dan pekarangan (misalnya : kamar, pekarangan, ruang tunggu (lobby) baik	0	0	5	4,3	14	12,2	90	78,3	6	5,2	3,8	Tinggi
Jumlah Bukti Fisik		3	2,6	56	48,6	152	132,2	229	209,1	20	17,4	13,7	
Rata-Rata Bukti Fisik		0,8	0,7	14,0	12,2	38,0	33,1	57,3	52,3	5,0	4,4	3,4	Cukup
Kehandalan (Reliability)													
5	Kehandalan pegawai dalam memberikan informasi pelayanan kepada pasien baik	0	0	4	3,5	23	20	80	69,6	8	7	3,8	Tinggi
6	Kehandalan pegawai dalam menjalankan prosedur pelayanan kepada pasien baik	0	0	5	4,3	15	13	89	77,4	6	5,2	3,8	Tinggi
7	Kehandalan pegawai dalam memudahkan teknis pelayanan kepada pasien baik	1	1,7	6	5,2	65	56,5	42	36,5	0	0	3,2	Cukup
Jumlah Kehandalan		1	1,7	15	13	103	89,5	211	183,5	14	12,2	10,8	
Rata-Rata Kehandalan		0,3	0,6	5,0	4,3	34,3	29,8	70,5	61,2	4,7	4,1	3,6	Tinggi
Ketanggapan (Responsiveness)													
8	Sikap pegawai dalam merespon setiap permintaan pasien baik	5	4,3	21	18,3	60	52,2	29	25,2	0	0	2,9	Cukup
9	Pegawai sigap dan responsif terhadap keluhan pasien	2	1,7	19	16,5	63	54,8	31	27	0	0	3,0	Cukup
10	Semua pelayanan dan transaksi dilaksanakan dengan cepat dan tepat	1	0,9	14	12,2	49	42,6	50	43,5	1	0,9	3,3	Cukup
Jumlah Ketanggapan		8	6,9	54	47	172	149,6	110	95,7	1	0,9	9,2	
Rata-Rata Ketanggapan		2,7	2,3	18,0	15,7	57,3	49,9	36,7	31,9	0,3	0,3	3,1	Cukup
Jaminan (Assurance)													
11	Jaminan waktu/kesempatan dalam mendapatkan pelayanan (mendapatkan fasilitas dan	2	1,7	0	0	9	7,8	94	81,7	10	8,7	3,9	Tinggi

No	PERTANYAAN	Skor										Rata Rata	Kategori	
		STS		TS		KS		S		ST				
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
	pelayanan selama masa perawatan) baik													
12	Jaminan biaya dalam pelayanan (tidak ada biaya tambahan selain yang sudah disepakati) baik	2	1,7	2	1,7	11	9,6	93	80,9	7	6,1	3,8	Tinggi	
13	Jaminan keamanan bagi pasien (pasien merasa nyaman dan beristirahat di Rumah Sakit Tiara) baik	2	1,7	0	0	22	19,1	89	77,4	2	1,7	3,7	Tinggi	
	Jumlah Jaminan	6	5,1	2	1,7	42	36,5	276	240	19	16,5	11,4		
	Rata-Rata Jaminan	2,0	1,7	0,7	0,6	14,0	12,2	92,0	80,0	6,3	5,5	3,8	Tinggi	
Empati (Empathy)														
14	Sikap pegawai Rumah Sakit dalam mendahulukan kepentingan pasien baik	0	0	2	1,7	7	6,1	74	64,3	32	27,8	4,1	Tinggi	
15	Keramahan pegawai Rumah Sakit dalam melayani baik	0	0	0	0	14	12,2	78	67,8	23	20	4,0	Tinggi	
16	Pemahaman pegawai atas kebutuhan pasien baik	0	0	2	1,7	24	20,9	67	58,3	22	19,1	3,9	Tinggi	
	Jumlah Empati	0	0	4	3,4	45	39,2	219	190,4	77	66,9	12		
	Rata-Rata Empati	0,0	0,0	1,3	1,1	15,0	13,1	73,0	63,5	25,7	22,3	4,0	Tinggi	
	Jumlah Kualitas Pelayanan	18	16,3	131	113,7	514	447	1045	918,7	131	113,9	57,1		
	Rata-Rata Kualitas Pelayanan	1,1	1,0	8,2	7,1	32,1	27,9	65,3	57,4	8,2	7,1	3,5	Tinggi	

Sumber : data diolah

Berdasarkan hasil penilaian yang telah dilakukan terhadap keenambelas indikator pertanyaan tersebut, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- Indikator bangunan Rumah Sakit Tiara tertata rapi, bersih, dan nyaman, sebanyak 3 orang (2,6%) mengatakan sangat tidak setuju, 20 orang (17,4%) mengatakan tidak setuju, 46 orang (40%) mengatakan kurang

- setuju, 43 orang (37,4%) mengatakan setuju dan sisanya 3 orang lagi (2,6%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan kurang setuju terhadap bangunan rumah sakit Tiara tertata rapi, bersih, dan nyaman, dari hasil.
- b. Indikator dokter dan petugas kesehatan berpenampilan rapi dan bersih, sebanyak 16 orang (13,9%) mengatakan tidak setuju, 54 orang (47%) mengatakan kurang setuju, 38 orang (33%) mengatakan setuju dan sisanya 7 orang lagi (6,1%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan kurang setuju terhadap dokter dan petugas kesehatan berpenampilan rapi dan bersih.
- c. Indikator Rumah Sakit Tiara memiliki peralatan kesehatan yang memadai, sebanyak 15 orang (13%) mengatakan tidak setuju, 38 orang (33%) mengatakan kurang setuju, 58 orang (50,4%) mengatakan setuju dan sisanya 4 orang lagi (3,5%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan kurang setuju terhadap peralatan kesehatan yang ada dalam rumah sakit lengkap.
- d. Indikator kondisi ruangan dan pekarangan (misalnya : kamar, pekarangan, ruang tunggu (*lobby*) baik, sebanyak 5 orang (4,3%) mengatakan tidak setuju, 14 orang (12,2%) mengatakan kurang setuju, 90 orang (78,3%) mengatakan setuju dan sisanya 6 orang lagi (5,2%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap kondisi ruangan dan pekarangan (misalnya : kamar, pekarangan, ruang tunggu (*lobby*) baik.

- e. Indikator kehandalan pegawai dalam memberikan informasi pelayanan kepada pasien baik, sebanyak 4 orang (3,5%) mengatakan tidak setuju, 23 orang (20%) mengatakan kurang setuju, 80 orang (69,9%) mengatakan setuju dan sisanya 8 orang lagi (7%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap kehandalan pegawai dalam memberikan informasi pelayanan kepada pasien baik.
- f. Indikator kehandalan pegawai dalam menjalankan prosedur pelayanan kepada pasien baik, sebanyak 5 orang (4,3%) mengatakan tidak setuju, 15 orang (13%) mengatakan kurang setuju, 89 orang (77,4%) mengatakan setuju dan sisanya 6 orang lagi (5,2%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap kehandalan pegawai dalam memberikan informasi pelayanan kepada pasien baik.
- g. Indikator kehandalan pegawai dalam memudahkan teknis pelayanan kepada pasien baik, sebanyak 2 orang (1,7%) responden mengatakan sangat tidak setuju, sebanyak 6 orang (5,2%) mengatakan tidak setuju, 65 orang (56,5%) mengatakan kurang setuju, 42 orang (36,5%) mengatakan setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan kurang setuju terhadap kehandalan pegawai dalam memudahkan teknis pelayanan kepada pasien baik.
- h. Indikator sikap pegawai dalam merespon setiap permintaan pasien baik, sebanyak 5 orang (4,3%) mengatakan sangat tidak setuju, 21 orang (18,3%) mengatakan tidak setuju, 60 orang (52,2%) mengatakan kurang

setuju dan sisanya 29 orang lagi (25,2%) mengatakan setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan kurang setuju terhadap sikap pegawai dalam merespon setiap permintaan pasien baik.

- i. Indikator pegawai sigap dan responsif terhadap keluhan pasien, sebanyak 2 orang (1,7%) mengatakan sangat tidak setuju, 19 orang (16,5%) mengatakan tidak setuju, 63 orang (54,8%) mengatakan kurang setuju dan sisanya sebanyak 31 orang lagi (27%) mengatakan setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan kurang setuju terhadap sikap pegawai dalam merespon keluhan pasien baik.
- j. Indikator semua pelayanan dan transaksi dilaksanakan dengan cepat dan tepat, sebanyak 1 orang (0,9%) mengatakan sangat tidak setuju, 14 orang (12,2%) mengatakan tidak setuju, 49 orang (42,6%) mengatakan kurang setuju, sebanyak 50 orang (43,5%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 1 orang (0,9%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan kurang setuju terhadap semua pelayanan dan transaksi dilaksanakan dengan cepat dan tepat.
- k. Indikator jaminan waktu/kesempatan dalam mendapatkan pelayanan (mendapatkan fasilitas dan pelayanan selama masa perawatan) baik, sebanyak 2 orang (1,7%) mengatakan sangat tidak setuju, 9 orang (7,8%) mengatakan kurang setuju, 94 orang (81,7%) mengatakan setuju, dan sebanyak 10 orang (8,7%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut

dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap jaminan waktu/kesempatan dalam mendapatkan pelayanan (mendapatkan fasilitas dan pelayanan selama masa perawatan) baik.

- l. Indikator jaminan biaya dalam pelayanan (tidak ada biaya tambahan selain yang sudah disepakati) baik, sebanyak 2 orang (1,7%) mengatakan sangat tidak setuju, sebanyak 2 orang (1,7%) mengatakan setuju, 11 orang (9,6%) mengatakan kurang setuju, 93 orang (80,9%) mengatakan setuju, dan sebanyak 7 orang (6,1%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap jaminan biaya dalam pelayanan (tidak ada biaya tambahan selain yang sudah disepakati) baik.
- m. Indikator jaminan keamanan bagi pasien (pasien merasa nyaman dan beristirahat di Rumah Sakit Tiara) baik, sebanyak 2 orang (1,7%) mengatakan tidak setuju, sebanyak 7 orang (6,1%) mengatakan kurang setuju, 74 orang (64,3%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 32 orang (27,8%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap jaminan keamanan bagi pasien (pasien merasa nyaman dan beristirahat di Rumah Sakit Tiara) baik.
- n. Indikator sikap pegawai Rumah Sakit dalam mendahulukan kepentingan pasien baik, sebanyak 14 orang (12,2%) mengatakan kurang setuju, 78 orang (67,8%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 23 orang (20%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa

hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap sikap pegawai Rumah Sakit dalam mendahulukan kepentingan pasien baik.

- o. Indikator keramahan pegawai Rumah Sakit dalam melayani baik, sebanyak sebanyak 14 orang (22,2,1%) mengatakan kurang setuju, 78 orang (7,8%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 23 orang (20,0%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap keramahan pegawai Rumah Sakit dalam melayani baik
- p. Indikator pemahaman pegawai atas kebutuhan pasien baik, sebanyak 2 orang (1,7%) mengatakan tidak setuju, sebanyak 24 orang (20,9%) mengatakan kurang setuju, 67 orang (58,3%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 22 orang (19,1%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap pemahaman pegawai atas kebutuhan pasien baik.

Hasil analisis pengukuran skoring dari indikator jawaban responden pasien Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar menunjukkan bahwa kualitas pelayanan setelah dilakukan pengkategorian terhadap seluruh item pertanyaan mengenai kualitas pelayanan ternyata ternyata pendapat responden hampir merata untuk setiap kategori dimana responden yang setuju sebanyak 57,4% sementara itu responden yang kurang setuju sebanyak 27,9%, sangat setuju sebanyak 7,1%, tidak setuju sebanyak 7,1% dan responden yang tidak setuju sebanyak 1% dengan rata-rata penilaian responden untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 3,5 atau dalam kategori tinggi.

Dimensi empati (*empathy*) dari variabel kualitas pelayanan memiliki nilai paling tinggi jika dibandingkan dengan dimensi lainnya dengan nilai rata-rata penilaian responden sebesar 4,0 (kategori tinggi). Disusul kemudian dimensi jaminan (*assurance*) dengan nilai rata-rata penilaian responden sebesar 3,8 (kategori tinggi). Dimensi kehandalan (*reliability*) berada di urutan ketiga dengan nilai rata-rata penilaian responden sebesar 3,6 (kategori tinggi). Di urutan keempat terdapat dimensi bukti fisik (*tangible*) dengan nilai rata-rata penilaian responden sebesar 3,4 (kategori cukup). Sedangkan dimensi ketanggapan (*responsiveness*) memiliki nilai paling rendah dari variabel kualitas pelayanan dengan rata-rata penilaian responden untuk dimensi ketanggapan (*responsiveness*) sebesar 3,1 (kategori cukup).

Dari dimensi empati (*empathy*), indikator yang memiliki nilai paling tinggi adalah sikap pegawai Rumah Sakit dalam mendahulukan kepentingan pasien baik dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 4,1 (kategori tinggi). Sedangkan indikator pemahaman pegawai atas kebutuhan pasien baik memiliki nilai paling rendah dari dimensi empati (*empathy*) dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,9 (kategori tinggi).

Dari dimensi jaminan (*assurance*), indikator yang memiliki nilai paling tinggi adalah jaminan waktu/kesempatan dalam mendapatkan pelayanan (mendapatkan fasilitas dan pelayanan selama masa perawatan) baik dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,9 (kategori tinggi). Sedangkan indikator jaminan keamanan bagi pasien (pasien merasa nyaman dan beristirahat di Rumah Sakit Tiara) baik memiliki nilai paling rendah dari dimensi

jaminan (*assurance*) dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,7 (kategori tinggi).

Dari dimensi kehandalan (*reability*), indikator yang memiliki nilai paling tinggi adalah kehandalan pegawai dalam memberikan informasi pelayanan kepada pasien baik dan kehandalan pegawai dalam menjalankan prosedur pelayanan kepada pasien baik dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,8 (kategori tinggi). Sedangkan indikator kehandalan pegawai dalam memudahkan teknis pelayanan kepada pasien baik memiliki nilai paling rendah dari dimensi kehandalan (*reability*) dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,2 (kategori cukup).

Dari dimensi bukti fisik (*tangible*), indikator yang memiliki nilai paling tinggi adalah kondisi ruangan dan pekarangan (misalnya : kamar, pekarangan, ruang tunggu (*lobby*) baik dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,8 (kategori tinggi). Sedangkan indikator bangunan Rumah Sakit Tiara tertata rapi, bersih, dan nyaman memiliki nilai paling rendah dari dimensi bukti fisik (*tangible*) dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,2 (kategori cukup).

Dari dimensi ketanggapan (*responsiveness*), indikator yang memiliki nilai paling tinggi adalah semua pelayanan dan transaksi dilaksanakan dengan cepat dan tepat dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,3 (kategori cukup). Sedangkan indikator sikap pegawai dalam merespon setiap permintaan pasien baik memiliki nilai paling rendah dari dimensi ketanggapan (*responsiveness*) dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 2.9 (kategori cukup).

Indikator dengan nilai tertinggi didapat dari sikap pegawai Rumah Sakit dalam mendahulukan kepentingan pasien baik. Dalam hal ini RSUD Tiara telah melaksanakan fungsinya untuk selalu berusaha memberikan pelayanan terhadap seluruh pasien yang datang ke rumah sakit tanpa adanya tanpa melihat status dari pasien tersebut. Hal ini tentu saja merupakan fungsi sosial dari rumah sakit yang akan membantu orang yang memerlukan pelayanan tanpa membeda-bedakan status sosial dari pasien.

Sedangkan indikator dengan nilai terendah adalah sikap pegawai dalam merespon setiap permintaan pasien baik. Dalam pelayanan yang diberikan kepada pasien yang sedang sakit, pegawai yang melayani pasien perlu untuk segera merespon segala permintaan maupun keluhan dari pasien tersebut dengan segala keramahan dan kelembutan sehingga beban penyakit yang diderita oleh pasien akan terasa lebih ringan. Pegawai harus menunjukkan adanya empati kepada pasien sehingga dari empati tersebut pasien akan merasa lebih diperhatikan.

2. Variabel Citra

Citra merupakan kesan secara umum yang tertinggal di benak konsumen sebagai hasil dari kumpulan perasaan, ide, sikap dan pengalaman dengan perusahaan yang disimpan dalam ingatan. Citra tersebut hasil dari kumpulan proses dimana konsumen membandingkan berbagai atribut yang dimiliki oleh perusahaan. Atribut yang dimaksud misalnya kepribadian, reputasi, nilai/etika, identitas perusahaan. Konsumen akan membuat persepsi yang subyektif mengenai perusahaan dan segala aktivitasnya. Dalam penelitian ini, ada 4 indikator yang diukur yaitu: kepribadian, reputasi, nilai/etika, identitas perusahaan yang

dihimpun dalam 8 item pertanyaan. Secara umum, frekuensi dan persentase pendapat responden atas variabel citra rumah sakit dapat dilihat pada tabel 4.7 di bawah ini:

Tabel 4.7
Frekuensi dan Persentase Pendapat Responden
Atas Kuesioner Variabel Citra

No	PERTANYAAN	Skor										Rata Rata	Kategori
		STS		TS		KS		S		SS			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Dimensi Kepribadian (<i>Personality</i>)													
1	Pegawai dan perawat Rumah Sakit Tiara memiliki kecakapan dalam menangani pasien	1	0,9	15	13	57	49,6	35	30,4	7	6,1	3,2	Cukup
2	Rumah Sakit Tiara memiliki dokter dan perawat yang ahli dan berpengalaman	1	0,9	12	10,4	46	40	49	42,6	7	6,1	3,4	Cukup
Jumlah Kepribadian		2	1,8	27	23,4	103	89,6	84	73	14	12,2	6,6	
Rata-Rata Kepribadian		1	0,9	13,5	11,7	51,5	44,8	42	36,5	7	6,1	3,3	Cukup
Dimensi Reputasi (<i>Reputation</i>)													
3	Rumah Sakit Tiara memiliki reputasi yang terjamin	0	0	10	8,7	29	25,2	72	62,6	4	3,5	3,6	Tinggi
4	Rumah Sakit Tiara merupakan perusahaan yang dapat dipercaya dan memiliki tanggung jawab	1	0,9	12	10,4	46	40	49	42,6	7	6,1	3,4	Cukup
Jumlah Reputasi		1	0,9	22	19,1	75	65,2	121	105,2	11	9,6	7	
Rata-Rata Reputasi		0,5	0,45	11	9,55	37,5	32,6	60,5	52,6	5,5	4,8	3,5	Tinggi
Dimensi Nilai/Etika (<i>Value</i>)													
5	Rumah Sakit Tiara tetap merawat pasien yang membutuhkan perawatan	0	0	11	9,6	40	34,8	59	51,3	5	4,3	3,5	Tinggi
6	Rumah Sakit Tiara sangat sopan terhadap pasien yang berkunjung	3	2,6	3	2,6	11	9,6	82	71,3	16	13,9	3,9	Tinggi

No	PERTANYAAN	Skor										Rata Rata	Kategori
		STS		TS		KS		S		SS			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
	Jumlah Nilai/Etika	3	2,6	14	12,2	51	44,4	141	122,6	21	18,2	7,4	
	Rata-Rata Nilai/Etika	1,5	1,3	7	6,1	25,5	22,2	70,5	61,3	10,5	9,1	3,7	Tinggi
Dimensi Identitas Perusahaan (<i>Corporate Identity</i>)													
7	Nama Rumah Sakit Tiara mudah diingat oleh masyarakat	3	2,6	3	2,6	19	16,5	84	73	6	5,2	3,7	Tinggi
8	Lokasi Rumah Sakit Tiara mudah akses jalannya	1	0,9	3	2,6	20	17,4	88	76,5	3	2,6	3,7	Tinggi
	Jumlah Identitas Perusahaan	4	2,6	6	5,2	39	33,9	172	149,5	9	7,8	7,4	
	Rata-Rata Identitas Perusahaan	2	1,3	3	2,6	19,5	16,95	86	74,75	4,5	3,9	3,7	Tinggi
	Jumlah Citra	10	7,9	69	59,9	268	233,1	518	450,3	55	47,8	28,4	
	Rata-Rata Citra	1,25	1,0	8,6	7,5	33,5	29,1	64,8	56,3	6,9	6,0	3,5	Tinggi

Sumber: Data diolah

Penilaian responden atas kedelapan item pertanyaan tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Indikator pegawai dan perawat Rumah Sakit Tiara memiliki kecakapan dalam menangani pasien, dari hasil kuesioner sebanyak 1 orang (0,9%) mengatakan sangat tidak setuju, 15 orang (13%) mengatakan tidak setuju, sebanyak 57 orang (49,6%) mengatakan kurang setuju, 35 orang (30,4%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 7 orang (6,1%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan kurang setuju terhadap pegawai dan perawat Rumah Sakit Tiara memiliki kecakapan dalam menangani pasien.
- b. Indikator Rumah Sakit Tiara memiliki dokter dan perawat yang ahli dan berpengalaman, dari hasil kuesioner sebanyak 1 orang (0,9%) mengatakan sangat tidak setuju, 12 orang (10,4%) mengatakan tidak setuju, sebanyak

46 orang (40%) mengatakan kurang setuju, 49 orang (42,6%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 7 orang (6,1%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan kurang setuju terhadap Rumah Sakit Tiara memiliki dokter dan perawat yang ahli dan berpengalaman.

- c. Indikator Rumah Sakit Tiara memiliki reputasi yang terjamin, dari hasil kuesioner sebanyak 10 orang (8,7%) mengatakan tidak setuju, sebanyak 29 orang (25,2%) mengatakan kurang setuju, 72 orang (62,6%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 4 orang (3,5%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap Rumah Sakit Tiara memiliki reputasi yang terjamin.
- d. Indikator Rumah Sakit Tiara merupakan perusahaan yang dapat dipercaya dan memiliki tanggung jawab, dari hasil kuesioner sebanyak 1 orang (0,9%) mengatakan sangat tidak setuju, 12 orang (10,4%) mengatakan tidak setuju, sebanyak 46 orang (40%) mengatakan kurang setuju, 49 orang (42,6%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 7 orang (6,1%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap Rumah Sakit Tiara merupakan perusahaan yang dapat dipercaya dan memiliki tanggung jawab.
- e. Indikator Rumah Sakit Tiara tetap merawat pasien yang membutuhkan perawatan, dari hasil kuesioner sebanyak 11 orang (9,6%) mengatakan tidak setuju, 40 orang (34,8%) mengatakan kurang setuju, 84 orang (73%)

mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 6 orang (5,2%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap Rumah Sakit Tiara tetap merawat pasien yang membutuhkan perawatan.

- f. Indikator Rumah Sakit Tiara sangat sopan terhadap pasien yang berkunjung, dari hasil kuesioner sebanyak 3 orang (2,6%) mengatakan sangat tidak setuju, sebanyak 3 orang (2,6%) mengatakan tidak setuju, sebanyak 11 orang (9,6%) mengatakan kurang setuju, 82 orang (71,3%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 16 orang (13,9%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap Rumah Sakit Tiara sangat sopan terhadap pasien yang berkunjung.
- g. Indikator nama Rumah Sakit Tiara mudah diingat oleh masyarakat, dari hasil kuesioner sebanyak 3 orang (2,6%) mengatakan sangat tidak setuju, 3 orang (2,6%) mengatakan sangat setuju, sebanyak 19 orang (16,5%) mengatakan kurang setuju, 84 orang (73%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 6 orang (5,2%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap nama Rumah Sakit Tiara mudah diingat oleh masyarakat.
- h. Indikator lokasi Rumah Sakit Tiara mudah akses jalannya, dari hasil kuesioner sebanyak 1 orang (0,9%) mengatakan sangat tidak setuju, sebanyak 3 orang (2,6%) mengatakan setuju, 20 orang (17,4%) mengatakan kurang setuju, 88 orang (76,5%) mengatakan setuju dan sisanya sebanyak 3 orang (2,6%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil

tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju lokasi Rumah Sakit Tiara mudah akses jalannya.

Hasil analisis pengukuran skoring dari indikator jawaban responden pasien Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar menunjukkan bahwa citra rumah sakit setelah dilakukan pengkategorian terhadap seluruh item pertanyaan mengenai citra ternyata pendapat responden hampir merata untuk setiap kategori dimana responden yang setuju sebanyak 56,3% sementara itu responden yang kurang setuju ada sebanyak 29,1%, tidak setuju 7,5%, sangat setuju 6%, dan sangat tidak setuju 1% dengan rata-rata penilaian responden untuk variabel citra rumah sakit sebesar 3,5 atau dalam kategori tinggi.

Dimensi nilai/etika (*value*) dan identitas perusahaan (*corporate identity*) dari variabel citra memiliki nilai paling tinggi jika dibandingkan dengan dimensi lainnya dengan nilai rata-rata penilaian responden sebesar 3,7 (kategori tinggi). Disusul kemudian dimensi reputasi (*reputation*) dengan nilai rata-rata penilaian responden sebesar 3,5 (kategori tinggi). Sedangkan dimensi kepribadian (*personality*) memiliki nilai paling rendah dari variabel citra dengan rata-rata penilaian responden untuk dimensi kepribadian (*personality*) sebesar 3,3 (kategori cukup).

Dari dimensi nilai/etika (*value*), indikator yang memiliki nilai paling tinggi adalah Rumah Sakit Tiara sangat sopan terhadap pasien yang berkunjung dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,9 (kategori tinggi). Sedangkan indikator Rumah Sakit Tiara tetap merawat pasien yang membutuhkan perawatan memiliki nilai paling rendah dari dimensi nilai/etika

(*value*) dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,5 (kategori tinggi).

Dari dimensi identitas perusahaan (*corporate identity*), terdapat indikator yang memiliki nilai yang sama yaitu indikator nama Rumah Sakit Tiara mudah diingat oleh masyarakat dan indikator lokasi Rumah Sakit Tiara mudah akses jalannya dimana kedua indikator ini memiliki nilai rata-rata penilaian responden sebesar 3,7 (kategori tinggi). Dari dimensi reputasi (*reputation*), indikator yang memiliki nilai paling tinggi adalah Rumah Sakit Tiara memiliki reputasi yang terjamin dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,6 (kategori tinggi). Sedangkan indikator Rumah Sakit Tiara merupakan perusahaan yang dapat dipercaya memiliki nilai paling rendah dari dimensi reputasi (*reputation*) dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,4 (kategori cukup).

Dari dimensi kepribadian (*personality*), indikator yang memiliki nilai paling tinggi adalah Rumah Sakit Tiara memiliki dokter dan perawat yang ahli dan berpengalaman dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,4 (kategori cukup). Sedangkan indikator pegawai dan perawat Rumah Sakit Tiara memiliki kecakapan dalam menangani pasien memiliki nilai paling rendah dari dimensi kepribadian (*personality*) dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,2 (kategori cukup).

Indikator dengan nilai tertinggi untuk variabel citra didapat dari indikator Rumah Sakit Tiara sangat sopan terhadap pasien yang berkunjung. Hal ini dikarenakan Rumah Sakit Umum Tiara berusaha untuk terus membangun

hubungan baik dengan pasien yang berkunjung sehingga terdapat hubungan emosional antara rumah sakit dengan pasien.

Sementara itu indikator dengan nilai terendah untuk variabel citra terdapat pada indikator pegawai dan perawat Rumah Sakit Tiara memiliki kecakapan dalam menangani pasien. Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar harus terus meningkatkan mutu sumber daya manusianya supaya pasien yang berkunjung ke rumah sakit dapat dilayani dengan baik terutama pada penambahan dokter spesialis dan tenaga perawat yang terampil yang lebih banyak lagi sehingga semua pasien dapat ditangani dengan lebih baik lagi.

3. Variabel Nilai Pelanggan

Nilai Pelanggan dalam hal ini adalah ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dan produsen setelah pelanggan menggunakan produk dan jasa dari perusahaan dan mendapati bahwa produk atau jasa tersebut memberi nilai tambah. Pada penelitian ini, ada beberapa indikator yang dilihat, yaitu: *emotional value*, *social value*, *quality/performance value*, *price/value of money* terangkum dalam delapan item pertanyaan. Secara umum, frekuensi dan persentase pendapat responden atas variabel nilai pelanggan dapat dilihat pada tabel 4.8 di bawah ini:

Tabel 4.8
Frekuensi dan Persentase Pendapat Responden
Atas Kuesioner Variabel Nilai Pelanggan

No	PERTANYAAN	Skor										Rata Rata	Kategori
		STS		TS		KS		S		SS			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Dimensi <i>Emotional Value</i>													
1	Pasien merasa nyaman dirawat di Rumah Sakit Tiara	2	1,7	0	0	8	7	94	81,7	11	9,6	3,9	Tinggi
2	Apabila ada keluhan dari pasien perawat atau pegawai Rumah Sakit	2	1,7	2	1,7	10	8,7	93	80,9	8	7	3,8	Tinggi

No	PERTANYAAN	Skor										Rata Rata	Kategori	
		STS		TS		KS		S		SS				
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
	Tiara segera menanggapi													
	Jumlah <i>Emotional Value</i>	4,0	3,4	2,0	1,7	18,0	15,7	187,0	162,6	19,0	16,6	7,7		
	Rata-Rata <i>Emotional Value</i>	2,0	1,7	1,0	0,9	9,0	7,9	93,5	81,3	9,5	8,3	3,9	Tinggi	
Dimensi <i>Social Value</i>														
3	Pasien mendapat perhatian dan merasa nyaman ketika berkomunikasi dengan karyawan Rumah Sakit Tiara	1	0,9	2	1,7	25	21,7	86	74,8	1	0,9	3,7	Tinggi	
4	Rumah Sakit Tiara memahami kebutuhan pasien dan bersikap ramah dan sopan kepada pasien	0	0	7	6,1	33	28,7	69	60	6	5,2	3,6	Tinggi	
	Jumlah <i>Social Value</i>	1	0,9	9	7,8	58	50,4	155	134,8	7	6,1	4,3		
	Rata-Rata <i>Social Value</i>	0,5	0,5	4,5	3,9	29,0	25,2	77,5	67,4	3,5	2,9	3,7	Tinggi	
Dimensi <i>Quality / Performance Value</i>														
5	Rumah Sakit Tiara memberikan pelayanan yang baik dan memberikan seluruh informasi yang dibutuhkan pasien	4	3,5	6	5,2	24	20,9	68	59,1	13	11,3	3,6	Tinggi	
6	Rumah Sakit Tiara memberikan penanganan medis yang cepat kepada pasien sesuai dengan yang diharapkan pasien	1	0,9	6	5,2	37	32,2	66	57,4	5	4,3	3,5	Tinggi	
	Jumlah <i>Quality / Performance Value</i>	5,0	4,4	12,0	10,4	61,0	53,1	134,0	116,5	18,0	15,6	7,1		
	Rata-Rata <i>Quality / Performance Value</i>	2,5	2,2	6,0	5,2	30,5	26,6	67,0	58,3	9,0	7,8	3,6	Tinggi	
Dimensi <i>Price / Value of Money</i>														
7	Biaya perawatan yang dibayarkan sesuai dengan pelayanan kesehatan yang didapatkan	3	2,6	5	4,3	58	50,4	48	41,7	1	0,9	3,3	Cukup	
8	Biaya yang dibayarkan di Rumah Sakit Tiara tidak terlalu tinggi jika dibandingkan dengan biaya di Rumah Sakit lain	0	0	5	4,3	12	10,4	88	76,5	10	8,7	3,8	Tinggi	
	Jumlah <i>Price / Value of Money</i>	3	2,6	10	8,6	70	60,8	136	118,2	11	9,6	7,1		
	Rata-Rata <i>Price / Value of Money</i>	1,5	1,3	5	4,3	35	30,4	68	59,1	5,5	4,8	3,6	Tinggi	

No	PERTANYAAN	Skor										Rata Rata	Kategori
		STS		TS		KS		S		SS			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
	Jumlah Nilai Pelanggan	13	11,3	33	28,5	207	180	612	532,1	55	94,7	29,2	
	Rata-Rata Nilai Pelanggan	1,6	1,4	4,1	3,6	25,9	22,5	76,5	66,5	6,9	11,8	3,7	Tinggi

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil penilaian yang dilakukan atas delapan item indikator pertanyaan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- a. Indikator pasien merasa nyaman dirawat di Rumah Sakit Tiara, dari hasil kuesioner sebanyak 2 orang (1,7%) mengatakan sangat tidak setuju, sebanyak 8 orang (7%) mengatakan kurang setuju, 94 orang (81,7%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 11 orang (9,6%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju pasien merasa nyaman dirawat di Rumah Sakit Tiara.
- b. Indikator apabila ada komplain dari pasien perawat atau pegawai Rumah Sakit Tiara segera menanggapi, dari hasil kuesioner sebanyak 2 orang (1,7%) mengatakan sangat tidak setuju, sebanyak 2 orang (1,7%) tidak setuju, sebanyak 10 orang (8,7%) mengatakan kurang setuju, 93 orang (80,9%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 8 orang (7%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap apabila ada komplain dari pasien perawat atau pegawai Rumah Sakit Tiara segera menanggapi.
- c. Indikator pasien mendapat perhatian dan merasa nyaman ketika berkomunikasi dengan karyawan Rumah Sakit Tiara, dari hasil kuesioner

sebanyak 1 orang (0,9%) mengatakan sangat tidak setuju, 2 orang (1,7%) mengatakan tidak setuju, sebanyak 25 orang (21,7%) mengatakan kurang setuju, 86 orang (74,8%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 1 orang (0,9%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap Pasien mendapat perhatian dan merasa nyaman ketika berkomunikasi dengan karyawan Rumah Sakit Tiara.

- d. Indikator Rumah Sakit Tiara memahami kebutuhan pasien dan bersikap ramah dan sopan kepada pasien, dari hasil kuesioner sebanyak 7 orang (6,1%) mengatakan tidak setuju, sebanyak 33 orang (28,7%) mengatakan kurang setuju, 69 orang (60%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 6 orang (5,2%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap Rumah Sakit Tiara memahami kebutuhan pasien dan bersikap ramah dan sopan kepada pasien.
- e. Indikator Rumah Sakit Tiara memberikan pelayanan yang baik dan memberikan seluruh informasi yang dibutuhkan pasien, dari hasil kuesioner sebanyak 4 orang (3,5%) mengatakan sangat tidak setuju, sebanyak 6 orang (5,2%) mengatakan tidak setuju, sebanyak 24 orang (20,9%) mengatakan kurang setuju, 68 orang (59,1%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 13 orang (11,3%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap Rumah Sakit Tiara memberikan pelayanan yang baik dan memberikan seluruh informasi yang dibutuhkan pasien.

- f. Indikator Rumah Sakit Tiara memberikan penanganan medis yang cepat kepada pasien sesuai dengan yang diharapkan pasien, dari hasil kuesioner sebanyak 1 orang (0,9%) mengatakan sangat tidak setuju, sebanyak 7 orang (6,1%) mengatakan tidak setuju, sebanyak 36 orang (31,3%) mengatakan kurang setuju, 66 orang (57,4%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 5 orang (4,3%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap Rumah Sakit Tiara memberikan penanganan medis yang cepat kepada pasien sesuai dengan yang diharapkan pasien.
- g. Indikator biaya perawatan yang dibayarkan sesuai dengan pelayanan kesehatan yang didapatkan, dari hasil kuesioner sebanyak 3 orang (2,6%) mengatakan sangat tidak setuju, sebanyak 5 orang (4,3%) mengatakan tidak setuju, sebanyak 58 orang (50,4%) mengatakan kurang setuju, 48 orang (41,7%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 1 orang (0,9%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap biaya perawatan yang dibayarkan sesuai dengan pelayanan kesehatan yang didapatkan.
- h. Indikator biaya yang dibayarkan di Rumah Sakit Tiara tidak terlalu tinggi jika dibandingkan dengan biaya di Rumah Sakit lain, dari hasil kuesioner sebanyak 5 orang (4,3%) mengatakan tidak setuju, sebanyak 12 orang (10,4%) mengatakan kurang setuju, sebanyak 88 orang (76,5%) mengatakan setuju, 10 orang (8,7%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan

setuju terhadap biaya yang dibayarkan di Rumah Sakit Tiara tidak terlalu tinggi jika dibandingkan dengan biaya di Rumah Sakit lain.

Hasil analisis pengukuran skoring dari indikator jawaban responden pasien Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar menunjukkan bahwa nilai pelanggan setelah dilakukan pengkategorian terhadap seluruh item pertanyaan mengenai nilai pelanggan ternyata pendapat responden hampir merata untuk setiap kategori dimana responden yang setuju sebanyak 66,5% sementara itu responden yang kurang setuju ada sebanyak 22,5%, sangat setuju 11,8%, tidak setuju 3,6%, dan sangat tidak setuju 1,4% dengan rata-rata penilaian responden untuk variabel nilai pelanggan sebesar 3,7 atau dalam kategori tinggi.

Dimensi *emotional value* dari variabel nilai pelanggan memiliki nilai paling tinggi jika dibandingkan dengan dimensi lainnya dengan nilai rata-rata penilaian responden sebesar 3,9 (kategori tinggi). Disusul kemudian dimensi *social value* dengan nilai rata-rata penilaian responden sebesar 3,7 (kategori tinggi). Sedangkan dimensi *quality/performance value* dan dimensi *price/value of money* memiliki nilai paling rendah dari variabel nilai pelanggan dengan rata-rata penilaian responden untuk dimensi ini sebesar 3,6 (kategori tinggi).

Dari dimensi *emotional value*, indikator yang memiliki nilai paling tinggi adalah pasien merasa nyaman dirawat di Rumah Sakit Tiara dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,9 (kategori tinggi). Sedangkan indikator apabila ada komplain dari pasien perawat atau pegawai Rumah Sakit Tiara segera menanggapi memiliki nilai paling rendah dari dimensi

emotional value dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,8 (kategori tinggi).

Dari dimensi *social value*, indikator yang memiliki nilai paling tinggi adalah pasien mendapat perhatian dan merasa nyaman ketika berkomunikasi dengan karyawan Rumah Sakit Tiara dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,7 (kategori tinggi). Sedangkan indikator Rumah Sakit Tiara memahami kebutuhan pasien dan bersikap ramah dan sopan kepada pasien memiliki nilai paling rendah dari dimensi *social value* dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,6 (kategori tinggi).

Dari dimensi *quality/performance value*, indikator yang memiliki nilai paling tinggi adalah Rumah Sakit Tiara memberikan pelayanan yang baik dan memberikan seluruh informasi yang dibutuhkan pasien dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,6 (kategori tinggi). Sedangkan indikator Rumah Sakit Tiara memberikan penanganan medis yang cepat kepada pasien sesuai dengan yang diharapkan pasien memiliki nilai paling rendah dari dimensi *quality/performance value* dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,5 (kategori tinggi).

Dari dimensi *price/value of money*, indikator yang memiliki nilai paling tinggi adalah biaya yang dibayarkan di Rumah Sakit Tiara tidak terlalu tinggi jika dibandingkan dengan biaya di Rumah Sakit lain dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,8 (kategori tinggi). Sedangkan indikator biaya perawatan yang dibayarkan sesuai dengan pelayanan kesehatan yang didapatkan memiliki nilai paling rendah dari dimensi *price/value of money*

dengan rata-rata penilaian responden untuk indikator ini adalah sebesar 3,3 (kategori cukup).

Indikator dengan nilai tertinggi untuk variabel nilai pelanggan didapat dari indikator pasien merasa nyaman dirawat di Rumah Sakit Tiara. Hal ini terjadi karena Rumah Sakit Umum Tiara terus berusaha memperbaiki segala pelayanan yang diberikan kepada pasien sehingga timbul kenyamanan yang dirasakan oleh pasien. Sementara itu indikator dengan nilai terendah untuk variabel nilai pelanggan terdapat pada indikator biaya perawatan yang dibayarkan sesuai dengan pelayanan kesehatan yang didapatkan. Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar harus lebih memperhatikan kemampuan finansial dari pasien yang datang berobat serta menyesuaikan biaya yang dibayar tersebut sesuai dengan pelayanan yang diberikan.

4. Variabel Kepuasan Pasien

Kepuasan Pasien dalam hal ini adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Bila kinerja produk gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Terdapat 3 pertanyaan dalam menilai kepuasan konsumen RSU Tiara Pematangsiantar. Secara umum, frekuensi dan persentase pendapat responden atas variabel kepuasan pasien dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4.9
Frekuensi dan Persentase Pendapat Responden
Atas Kuesioner Variabel Kepuasan Pasien

No	PERTANYAAN	Skor										Rata Rata	Kategori
		STS		TS		KS		S		SS			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Secara keseluruhan Rumah Sakit Tiara memberikan kepuasan jasa kesehatan sesuai dengan keinginan pasien	0	0	2	1,7	10	8,7	78	67,8	25	21,7	3,4	Cukup
2	Harapan pasien terhadap Rumah Sakit Tiara secara keseluruhan agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan	0	0	3	2,6	33	28,7	74	64,3	5	4,3	3,7	Tinggi
3	Pelayanan yang diberikan Rumah Sakit Tiara secara keseluruhan terhadap pasien memuaskan	1	0,9	2	1,7	26	22,6	72	62,6	14	12,2	3,8	Tinggi
Jumlah		1	0,9	7	6	69	60	224	194,7	44	38,2	10,9	
Rata-Rata		0,3	0,3	2,3	2,0	23,0	20,0	74,7	64,9	14,7	12,7	3,6	Tinggi

Dari ketiga item indikator pertanyaan tersebut, didapat hasil penilaian

sebagai berikut:

- a. Indikator secara keseluruhan Rumah Sakit Tiara memberikan kepuasan jasa kesehatan sesuai dengan keinginan pasien, dari hasil kuesioner sebanyak 2 orang (1,7%) mengatakan tidak setuju, sebanyak 10 orang (8,7%) mengatakan kurang setuju, sebanyak 78 orang (67,8%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 25 orang (21,7%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju secara keseluruhan Rumah Sakit Tiara memberikan kepuasan jasa kesehatan sesuai dengan keinginan pasien.
- b. Indikator harapan pasien terhadap Rumah Sakit Tiara secara keseluruhan agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan, dari hasil kuesioner sebanyak 3 orang (2,6%) mengatakan tidak setuju, sebanyak 33 orang (28,7%) mengatakan kurang setuju, sebanyak 74 orang (64,3%)

mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 5 orang (4,3%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap harapan pasien terhadap Rumah Sakit Tiara secara keseluruhan agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan.

- c. Indikator pelayanan yang diberikan Rumah Sakit Tiara secara keseluruhan terhadap pasien memuaskan, dari hasil kuesioner sebanyak 1 orang (0,9%) mengatakan sangat tidak setuju, sebanyak 2 orang (1,7%) mengatakan tidak setuju, sebanyak 26 orang (22,6%) mengatakan kurang setuju, sebanyak 72 orang (62,6%) mengatakan setuju, dan sisanya sebanyak 14 orang (12,2%) mengatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan pasien mengatakan setuju terhadap pelayanan yang diberikan Rumah Sakit Tiara secara keseluruhan terhadap pasien memuaskan.

Dari hasil penilaian tersebut di atas dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan dari pasien RSUD Tiara Pematang Siantar sudah tinggi, hanya indikator secara keseluruhan Rumah Sakit Tiara memberikan kepuasan jasa kesehatan sesuai dengan keinginan pasien yang masuk dalam kategori cukup. Untuk itu RSUD Tiara harus lebih meningkatkan lagi kualitas jasa yang diberikan kepada pasien sehingga jasa kesehatan yang diterima oleh pasien sesuai ataupun dapat melebihi dari harapan pasien tersebut sehingga pasien akan merasa puas.

Rekapitulasi hasil penilaian dan jawaban responden terhadap variabel kualitas pelayanan, citra rumah sakit, nilai pelanggan, dan kepuasan pasien dapat dilihat pada tabel 4.10.

Tabel 4.10
Rekapitulasi Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian

Variabel	Rata-Rata	Kriteria
Kualitas Pelayanan	3,5	Tinggi
Citra	3,5	Tinggi
Nilai Pelanggan	3,7	Tinggi
Kepuasan pasien	3,6	Tinggi

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.10 rekapitulasi hasil penilaian responden, maka dapat disimpulkan bahwa secara umum penilaian responden untuk variabel kualitas pelayanan, citra, nilai pelanggan, dan kepuasan pasien sudah tinggi. Rata-rata pencapaian nilai tertinggi terdapat dari variabel nilai pelanggan dengan nilai 3,7. Sementara itu rata-rata pencapaian nilai terendah terdapat dari variabel kualitas pelayanan dan citra rumah sakit dengan nilai 3,5. Oleh karena itu, RSU Tiara perlu memperbaiki lagi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien serta bersikap proaktif lagi dalam membentuk citra yang lebih baik di mata masyarakat.

D. Analisis Kuantitatif Variabel Penelitian

1. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk melihat apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Suatu data dikatakan berdistribusi secara normal, apabila nilai *Assymp Sig Kolmogorov – Smirnov* > 5%. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian menggunakan uji *one sample Kolmogorov Smirnov Test* dengan hasil pengujian terdapat pada tabel 4.11 berikut:

Tabel 4.11. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.18553164
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.098
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		1.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.221

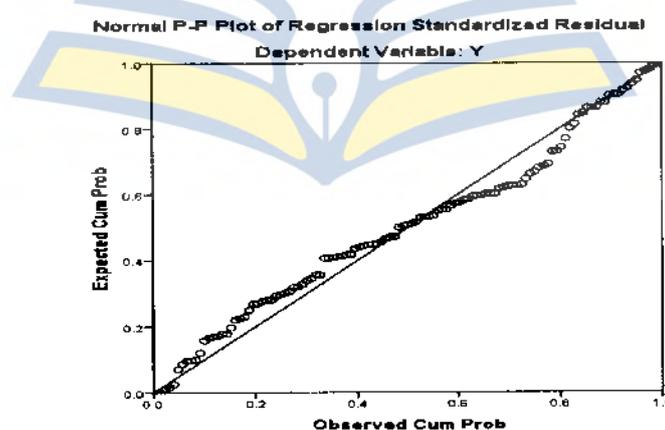
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Diolah/Output SPSS

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Asymp Sig Kolmogorov - Smirnov* (K-S) lebih besar dari α 5% = 0,05. Besaran nilai *Kolmogorov-Smirnov* yang didapat sebesar 1,050 dengan signifikan pada 0,221. Hal ini menandakan bahwa H_0 diterima, di mana $0,221 > 0,05$, yang berarti data residual terdistribusi normal.

Analisis lainnya juga dapat menggunakan *Normal Probability Plot of Regression Standardized Residual* dapat dilihat pada Gambar 4.2.



Sumber: Data Diolah/Output SPSS

Gambar 4.2. Grafik Normal Probability Plot

Dari kurva normal p-plot di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar berhimpit di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal, sehingga hal ini menunjukkan bahwa residual terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas merupakan fenomena adanya korelasi yang sempurna antara satu variabel bebas dengan variabel bebas lain. Jika terjadi multikolonieritas, akan mengakibatkan timbulnya kesalahan standar penaksir dan probabilitas untuk menerima hipotesis yang salah semakin besar. Menurut Ghozali (2013), salah satu cara untuk mengetahui adanya multikolonieritas adalah dengan melakukan uji VIF (*Variance Inflation Factor*) yaitu jika VIF tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolonieritas. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS atas data yang diperoleh, dapat dilihat pada Tabel 4.12. berikut:

Tabel 4.12 Uji Multikolonieritas

No	Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1.	(Constant)	-.590	1.555		-.379	.705		
2.	Kualitas Pelayanan (X1)	.090	.030	.301	3.036	.003	.564	1.773
3.	Citra (X2)	.016	.055	.030	.289	.773	.498	2.007
4	Nilai Pelanggan (X3)	.220	.036	.490	6.061	.000	.847	1.181

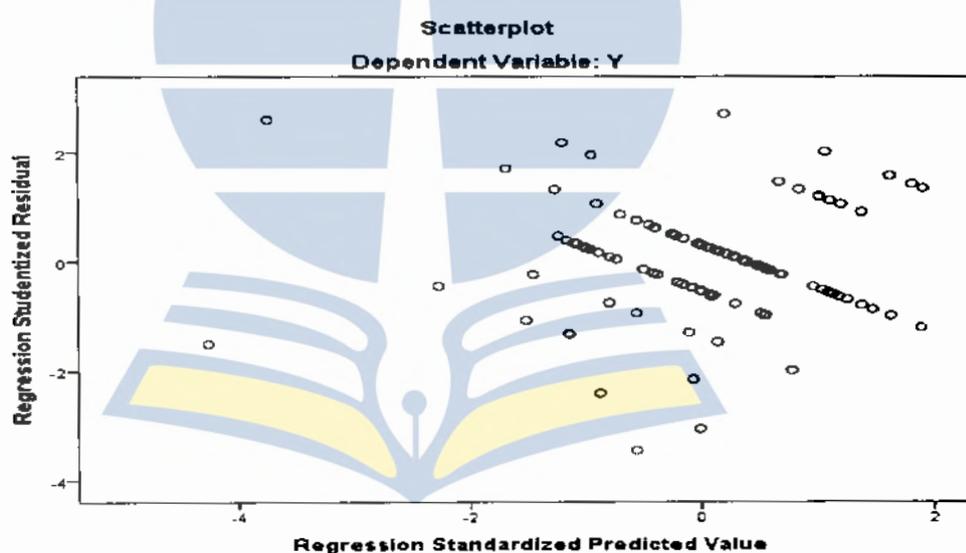
a. Variabel Dependen: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data Diolah/Output SPSS

Dari tabel tersebut di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF untuk masing-masing variabel adalah < 10 dan *Tolerance* tidak kurang dari 0,1. Hal ini membuktikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat grafik Scatterplot yang disajikan yang terdapat pada Gambar 4.3 di bawah, terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi (homoskedastisitas). Bentuk grafik Scatterplot terdapat pada Gambar 4.3 berikut:



Sumber: Data Diolah/Output SPSS

Gambar 4.3 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk melihat ada tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, uji F untuk melihat bagaimana pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen secara simultan, uji t untuk melihat bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, uji R^2 untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam arti yang lebih luas.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X_1), citra rumah sakit (X_2) dan nilai pelanggan (X_3) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pasien (Y). Model persamaan regresinya (Sugiyono, 2008):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Hasil analisis diperoleh bahwa koefisien dari masing-masing variabel bebas, yang dapat dilihat pada formula diatas. Variabel dependen dalam hal ini adalah kepuasan pasien (Y), sedangkan variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan (X_1), citra (X_2) dan nilai pelanggan (X_3).

Selanjutnya uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih kecil daripada derajat kepercayaan, maka kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.13
Hasil Uji t
Coefficients^a

No	Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	-.590	1.555		-.379	.705
2.	Kualitas Pelayanan (X1)	.090	.030	.301	3.036	.003
3.	Citra (X2)	.016	.055	.030	.289	.773
4.	Nilai Pelanggan (X3)	.220	.036	.490	6.061	.000

a. Variabel dependen: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas, maka persamaan regresinya adalah:

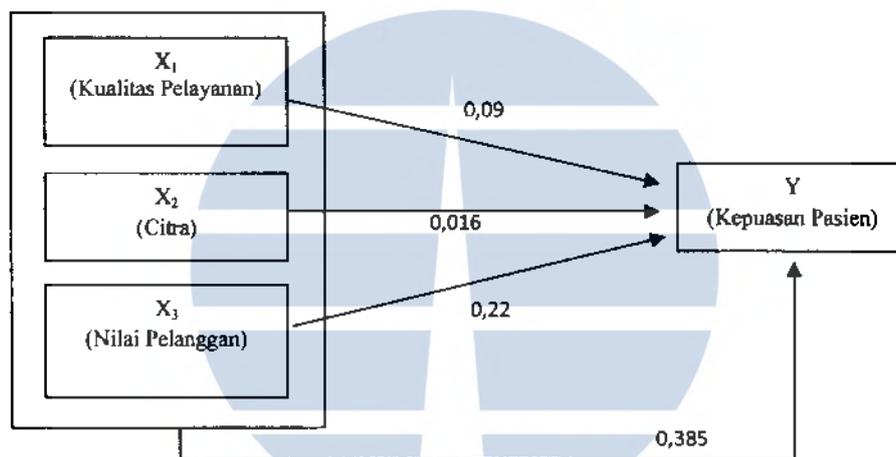
$$Y = -0,59 + 0,09 X_1 + 0,016 X_2 + 0,22 X_3$$

Sesuai dengan persamaan garis regresi yang diperoleh, maka model regresi dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Koefisien konstanta = -0,59 hal ini berarti apabila variabel independen kualitas pelayanan (X_1), citra (X_2) dan nilai pelanggan (X_3) bernilai 0, maka variabel dependen kepuasan pasien (Y) pada RSUD Tiara Pematangsiantar sebesar -59%.
- $b_1 = 0,09$, hal ini berarti bahwa apabila variabel citra rumah sakt (X_2) dan nilai pelanggan (X_3) bernilai 0, akan menyebabkan peningkatan kepuasan pasien (Y) pada RSUD Tiara Pematang Siantar sebesar 9%. Atau setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar satu satuan, maka kepuasan pasien (Y) akan meningkat sebesar 0,09%.
- $b_2 = 0,016$, hal ini berarti bahwa apabila variabel kualitas pelayanan (X_1) dan nilai pelanggan (X_3) bernilai 0, akan menyebabkan peningkatan kepuasan pasien (Y) pada RSUD Tiara Pematang Siantar sebesar 1,6%. Atau

setiap kenaikan variabel citra (X_2) sebesar satu satuan, maka kepuasan pasien (Y) akan meningkat sebesar 0,016%.

- $b_3 = 0,22$, hal ini berarti bahwa apabila variabel kualitas pelayanan (X_1) dan citra rumah sakt (X_2) bernilai 0, akan menyebabkan peningkatan kepuasan pasien (Y) pada RSUD Tiara Pematang Siantar sebesar 22%. Atau setiap kenaikan variabel nilai pelanggan (X_3) sebesar satu satuan, maka kepuasan pasien (Y) akan meningkat 0,22%.



Gambar 4.3 Hubungan Secara Parsial dan Simultan Variabel X terhadap Y

a. Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis 1 : Ada pengaruh kualitas pelayanan (meliputi bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati) terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Tiara.

Untuk menguji apakah variabel independen X_1 (kualitas pelayanan) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Y), maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji t. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05.

Apabila nilai t hasil perhitungan lebih besar daripada nilai t menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dari tabel 4.13 di atas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,036 dengan signifikan 0,003 sedangkan nilai t_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), adalah sebesar 1,658. Dengan demikian nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,036 > 1,658$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas X_1 (kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y (kepuasan pasien). Maka dapat diartikan setiap perubahan variabel kualitas pelayanan dapat menyebabkan perubahan kepuasan konsumen.

b. Pengujian Hipotesis 2

Hipotesis 2 : Ada pengaruh citra (meliputi kepribadian, reputasi, nilai/etika, dan identitas perusahaan) terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Tiara.

Untuk menguji apakah variabel independen X_2 (citra) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Kepuasan Pasien), maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji t . Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai t hasil perhitungan lebih besar daripada nilai t menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dari tabel 4.13 di atas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,289 dengan signifikan 0,773 sedangkan nilai t_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), adalah sebesar 1,658. Dengan demikian nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,289 < 1,658$). Dengan

demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas X_2 (citra) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y (kepuasan pasien). Artinya perubahan peningkatan nilai citra tidak lagi memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Dengan kata lain, penilaian pasien terhadap citra sudah sama (tetap).

c. Pengujian Hipotesis 3

Hipotesis 3 : Ada pengaruh nilai pelanggan (meliputi *emotional value*, *social value*, *quality/performance value*, dan *price/value of money*) terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Tiara.

Untuk menguji apakah variabel independen X_3 (nilai pelanggan) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Y), maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji t. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai t hasil perhitungan lebih besar daripada nilai t menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dari table 4.13 di atas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,061 dengan signifikan 0,000 sedangkan nilai t_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), adalah sebesar 1,658. Dengan demikian nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,061 > 1,658$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas X_3 (nilai pelanggan) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y (kepuasan pasien). Maka dapat diartikan setiap perubahan variabel kualitas pelayanan dapat menyebabkan perubahan kepuasan konsumen.

d. Pengujian Hipotesis 4

Hipotesis 4 : Ada pengaruh kualitas pelayanan (meliputi bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati), citra (meliputi kepribadian, reputasi, nilai/etika, dan identitas perusahaan), dan nilai pelanggan (meliputi *emotional value*, *social value*, *quality/performance value*, dan *price/value of money*) secara simultan terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Tiara.

Untuk menguji apakah variabel independen X_1 , X_2 , dan X_3 secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y), maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji F. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F_{hitung} perhitungan lebih besar daripada nilai F_{tabel} menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.14
Hasil Uji Anova (Uji F)
ANOVA^a

No	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1.	Regression	100.436	3	33.479	23.193	.000 ^b
2.	Residual	160.225	111	1.443		
3.	Total	260.661	114			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Nilai Pelanggan (X3), Kualitas Pelayanan (X1), Citra (X2)

Sumber : Data diolah

Dari tabel 4.14 di atas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 23,193 dengan signifikan 0,000^b sedangkan nilai F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), adalah sebesar 2,68. Dengan demikian nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($23,193 > 2,68$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas X_1 (kualitas pelayanan),

X_2 (citra) dan X_3 (nilai pelanggan) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y (kepuasan pasien). Maka dapat diartikan setiap perubahan variabel kualitas pelayanan, citra dan nilai pelanggan maka dapat menyebabkan perubahan kepuasan pasien.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan (X_1), citra (X_2) dan nilai pelanggan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah hasil perhitungan dalam model *summary*, khususnya angka *R square*. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.15 di bawah ini:

Tabel 4.15
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary^b

No	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1.	.621 ^a	.385	.369	1.20145	1.961

a. Predictors: (Constant), Nilai Pelanggan (X_3), Kualitas Pelayanan (X_1), Citra (X_2)

b. Variabel Dependen: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2), dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, citra, dan nilai pelanggan berpengaruh sebesar 38,5% terhadap kepuasan pasien, sedangkan 61,5% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

D. Analisa Kausalitas Hubungan Antar Variabel Penelitian

1. Pengaruh Parsial Variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Citra Rumah Sakit (X_2), dan Nilai Pelanggan (X_3) terhadap Kepuasan Pasien (Y)

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Pasien (Y)

Menurut Anderson dan Lehman (1994), pelayanan yang berkinerja tinggi adalah pelayanan yang mampu memuaskan kebutuhan penerima layanan atau dengan kata lain mampu melebihi harapan dari penerima layanan. Hal ini berarti kualitas pelayanan lebih ditekankan pada kepuasan penerima layanan. Suatu organisasi dituntut untuk menunjukkan kinerja, reputasi dan pelayanan yang semakin baik dari waktu ke waktu guna mendapatkan kepuasan dari penerima layanannya.

Hasil analisis data dengan regresi berganda secara parsial menunjukkan nilai signifikansi t untuk kualitas pelayanan yaitu 0,003, dimana nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan sebesar 5%. Oleh karena itu $0,003 < \alpha 0,005$. Begitu pula dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5% yaitu $3,036 > 1,656$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Pengujian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.

Jadi kesimpulan secara umum yang bisa ditarik adalah bahwa secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar. Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Effendi (2014) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Jasa RSUD Kota Madiun dengan koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,082. Perbedaannya terletak pada besaran

koefisien regresi variabel dimana dalam penelitian ini koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,09.

Penelitian ini juga mendukung terhadap penelitian yang dilakukan oleh Sisdiyati (2016) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap RSKIA Ummi Khasanah Bantul” dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pasien dengan nilai koefisien regresi 0,320. Perbedaannya terletak pada besaran koefisien regresi variabel dimana dalam penelitian ini koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,09.

Penelitian ini juga mendukung terhadap penelitian yang dilakukan oleh Adil (2016) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Umum Daerah Kota Bogor”, hasil penelitian berdasarkan hasil analisis data *Struktural Equation Modelling* (SEM) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan pasien dengan koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,637. Perbedaannya terletak pada besaran koefisien regresi variabel dimana dalam penelitian ini koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,09.

b. Pengaruh Citra Rumah Sakit (X_2) terhadap Kepuasan Pasien (Y)

Menurut Martenson (2007), terdapat hubungan yang kuat antara citra institusi dengan kepuasan konsumen. Citra institusi yang baik akan menimbulkan persepsi tertentu dari pengguna jasa layanan. Hal ini dapat kita pahami karena citra positif suatu rumah sakit berasal dari pelayanan yang baik kepada pasien yang dilakukan secara konsisten selama jangka waktu yang cukup lama. Hal ini akan membuat calon pasien dan keluarganya akan merasakan persepsi positif terhadap rumah sakit tersebut. Citra merupakan gambaran singkat mengenai sebuah organisasi atau perusahaan yang diciptakan melalui akumulasi pesan-pesan yang diterima melalui pengalaman yang dirasakan oleh seluruh indera. Sudah seyogianya citra yang positif akan berbanding lurus dengan kepuasan pasien karena citra tersebut terbentuk dari kumpulan dari kesan yang didapatkan pasien selama menggunakan jasa rumah sakit.

Hasil analisis regresi berganda secara parsial menunjukkan bahwa nilai signifikansi t untuk citra rumah sakit adalah 0,773 dimana angka ini lebih besar dari taraf signifikansi yang ditentukan sebesar 5%. Oleh karena itu $0,773 > \alpha 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa citra tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Begitu pula dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5% yaitu $0,289 < 1,656$. Analisis ini menunjukkan bahwa citra rumah sakit tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.

Keadaan yang terjadi di Rumah Sakit Umum Tiara menjelaskan bahwa citra rumah sakit bukan merupakan faktor penentu dari kepuasan dan pasien menganggap bahwa citra tersebut sudah tidak penting lagi untuk ditingkatkan. Seberapa besar pun kenaikan citra dari rumah sakit tidak akan meningkatkan kepuasan pasien Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar secara signifikan. Hal ini bisa saja diakibatkan penilaian pasien terhadap citra Rumah Sakit Umum Tiara sudah sama (stabil) dan sudah optimal sehingga tidak perlu untuk dinaikkan lagi. Citra Rumah Sakit Umum Tiara sudah dikenal oleh masyarakat dan bagi pasien citra rumah sakit seringkali tidak menjadi persoalan selama pasien tersebut sudah mendapatkan pelayanan kesehatan seperti yang diharapkan dan adanya nilai tambah yang diperoleh dari pengorbanan yang dilakukan pasien untuk mendapatkan layanan kesehatan tersebut

Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sondakh (2014) yang menyatakan bahwa citra merek secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Taplus BNI Cabang Manado dengan koefisien regresi variabel citra merek 0,028. Perbedaannya terletak pada besaran koefisien regresi variabel dimana dalam penelitian ini koefisien regresi citra sebesar 0,016.

Hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda dengan penelitian terdahulu, dimana pada penelitian yang dilakukan oleh Fatriansah (2014) dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien dan Dampaknya pada Loyalitas Pasien Rumah Sakit Syarif Hidayatullah” yang menyatakan

bahwa citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dengan koefisien regresi 0,418. Sedangkan dalam penelitian koefisien regresi citra hanya sebesar 0,016.

Hasil penelitian ini juga tidak mendukung terhadap penelitian yang dilakukan oleh Effendi (2014) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa RSUD Kota Madiun” dimana dalam penelitian tersebut menunjukkan secara parsial citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi citra sebesar 0,368. Sedangkan dalam penelitian ini koefisien regresi variabel citra rumah sakit sebesar 0,016.

c. Pengaruh Nilai Pelanggan (X_3) terhadap Kepuasan Pasien (Y)

Nilai pelanggan yang baik adalah nilai yang mampu membuat pelanggan merasa puas. Apabila pelanggan telah menemukan barang dan jasa yang sanggup memenuhi kebutuhan dan harapannya maka pengukuran kepuasan pelanggan yang dimulai dengan pengukuran terwujudnya nilai pelanggan. Nilai Pelanggan merupakan bentuk dasar yang fundamental dalam membangun kepuasan pelanggan dan pada sisi lain orientasi pada nilai pelanggan merupakan elemen kritis dari ekonomi pertukaran (Lam *et.al.*,2004). Penetapan nilai pelanggan yang semakin sesuai akan memberikan tingkat kepuasan yang semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari sisi harapan dan kinerja. Jika harapan yang diberikan lebih besar dari kinerja maka konsumen akan merasa tidak puas.

Sebaliknya jika harapan yang diperoleh lebih kecil dari kinerja yang diberikan, maka konsumen akan merasa puas (Kotler, 2008).

Hasil analisis regresi linear berganda secara parsial menunjukkan bahwa nilai signifikansi t lebih kecil (0,000) dari nilai signifikansi yang ditetapkan sebelumnya yaitu 5%. Dengan demikian, $0,000 < \alpha 0,005$, berarti variabel nilai pelanggan signifikan terhadap kepuasan pasien. Untuk $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5% yaitu $6,061 > 1,656$, angka ini menunjukkan nilai positif yang berarti variabel nilai pelanggan memiliki hubungan yang positif terhadap variabel kepuasan pasien. Analisis ini menunjukkan bahwa nilai pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Hasil ini mendukung terhadap penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Afriliawan (2013) dengan judul “Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pasien VIP Pada RSUD Anutapura Palu” menyatakan bahwa nilai pelanggan parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pasien VIP pada RSUD Anutapura Palu. Perbedaannya terletak pada besaran koefisien regresi variabel.

Hasil ini juga mendukung terhadap penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arhamni dan Hasanah (2015) yang berjudul “Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Balai Kesehatan Paru Masyarakat (BKPM) di Semarang” dimana dalam penelitian tersebut menunjukkan secara parsial nilai pelanggan dengan nilai t hitung = 4,585 dengan signifikansi 0,000 dan nilai koefisien regresi 0,382. Perbedaannya terletak pada besaran

koefisien regresi variabel dimana penelitian ini koefisien regresi variabel nilai pelanggan adalah sebesar 0,22.

2. Pengaruh Simultan Variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Citra Rumah Sakit (X_2), dan Nilai Pelanggan (X_3) terhadap Kepuasan Pasien (Y)

Kualitas pelayanan, citra rumah sakit, dan nilai pelanggan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien. Dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit yang sangat baik tentu akan membentuk suatu citra yang positif di mata konsumen atau pelanggannya. Kualitas pelayanan dan citra yang sudah terbentuk tersebut diharapkan akan menciptakan suatu nilai pelanggan, yaitu ikatan emosional yang terjadi diantara pasien dan rumah sakit setelah pasien menggunakan jasa dari rumah sakit dan dimana pasien merasakan bahwa jasa dari rumah sakit tersebut memberikan nilai tambah. Dengan adanya nilai tambah tersebut dimana pasien akan merasa senang karena produk dan jasa yang diberikan oleh rumah sakit tersebut melebihi dari apa yang diharapkannya sehingga terciptanya kepuasan dari pasien karena produk dan jasa yang diterimanya melebihi apa yang diharapkan oleh pasien.

Dari hasil uji determinasi (R^2) yang dilakukan, berdasarkan tabel koefisien determinasi dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan, citra rumah sakit, dan nilai pelanggan berpengaruh secara simultan sebesar 38,5% terhadap kepuasan pasien. dan sisanya 61,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Ketiga variabel independen yang diteliti, yaitu kualitas pelayanan, citra rumah sakit, dan nilai pelanggan secara simultan memberikan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Umum Tiara Pematangsiantar, dengan variabel terbesar bersumber dari nilai pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Effendi (2014) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa RSUD Kota Madiun” menunjukkan secara simultan kualitas pelayanan dan citra berpengaruh sebesar 82,8% terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat perbedaan dengan penelitian ini yaitu pada besarnya jumlah koefisien regresinya maupun pada jumlah variabel yang diteliti dimana pada penelitian ini terdapat variabel nilai pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Arhamni dan Hasanah (2015) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Balai Kesehatan Paru Masyarakat (BKPM) di Semarang” dimana dalam penelitian tersebut menunjukkan secara simultan kualitas pelayanan dan nilai pelanggan berpengaruh sebesar 48% terhadap kepuasan konsumen. Terdapat perbedaan dengan penelitian ini yaitu pada besarnya jumlah koefisien regresinya serta jumlah variabel yang diteliti dimana pada penelitian ini terdapat variabel citra rumah sakit.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian variabel kualitas pelayanan (X_1) secara parsial terhadap variabel kepuasan pasien (Y) menunjukkan hasil positif dimana nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah 0,09 yang artinya jika kualitas pelayanan (X_1) meningkat sebesar 1% maka kepuasan pasien (Y) akan meningkat sebesar 0,09%.
2. Hasil pengujian variabel citra (X_2) secara parsial terhadap variabel kepuasan (Y) pasien menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan yang artinya perubahan peningkatan nilai citra tidak lagi memberikan pengaruh terhadap kepuasan pasien. Dengan kata lain, variabel citra menurut penilaian pasien sudah stabil (tetap).
3. Hasil pengujian variabel nilai pelanggan (X_3) secara parsial terhadap variabel kepuasan pasien (Y) menunjukkan hasil positif dimana nilai koefisien regresi variabel nilai pelanggan adalah 0,22 yang artinya jika nilai pelanggan (X_3) meningkat sebesar 1% maka kepuasan pasien (Y) akan meningkat sebesar sebesar 0,22%.
4. Hasil pengujian variabel kualitas pelayanan (X_1), citra (X_2), dan nilai pelanggan (X_3) secara simultan terhadap kepuasan pasien (Y) menunjukkan hasil positif dan berpengaruh signifikan dimana kualitas

pelayanan (X_1), citra (X_2), dan nilai pelanggan (X_3) berpengaruh sebesar 38,5% terhadap kepuasan pasien (Y), sedangkan 61,5% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, selanjutnya peneliti memberikan saran sebagai berikut :

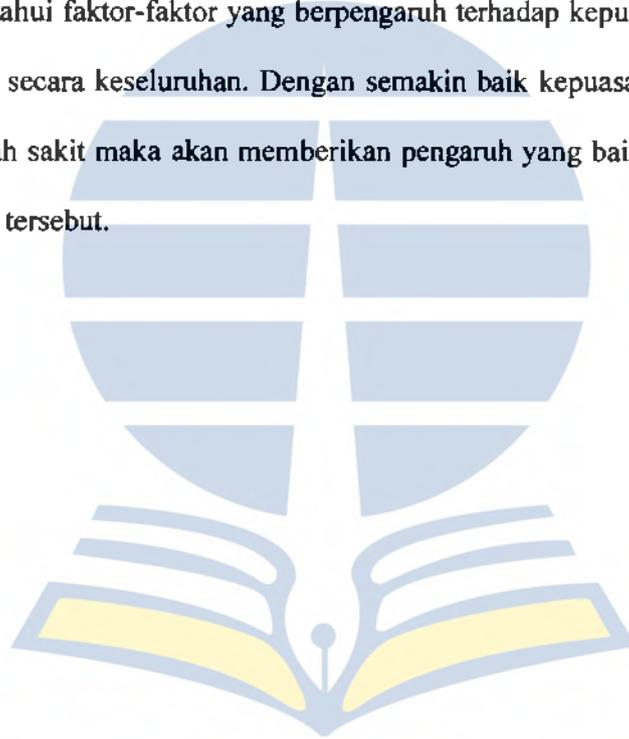
1. Bagi RSUD Tiara Pematangsiantar

- a. RSUD Tiara hendaknya dalam meningkatkan kepuasan pasien lebih menitikberatkan pada variabel nilai pelanggan karena memberikan pengaruh yang signifikan dan lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya. Berdasarkan hasil penelitian ini, dari variabel nilai pelanggan RSUD Tiara perlu untuk meningkatkan dimensi *quality/performance value* dan dimensi *price/value of money* yang memiliki nilai paling rendah dari variabel nilai pelanggan. Adapun indikator yang perlu untuk dibenahi oleh RSUD Tiara adalah biaya perawatan yang dibayarkan sesuai dengan pelayanan kesehatan yang didapatkan dimana indikator ini memiliki nilai terendah dari variabel nilai pelanggan.
- b. RSUD Tiara juga harus memperhatikan variabel kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada pasien. Dimensi yang perlu untuk ditingkatkan dari variabel kualitas pelayanan adalah dimensi ketanggapan (*responsiveness*) yang memberikan pengaruh paling lemah dari variabel kualitas pelayanan.

Adapun indikator yang perlu untuk dibenahi oleh RSUD Tiara adalah sikap pegawai dalam merespon setiap permintaan pasien baik dimana indikator ini memiliki nilai terendah dari variabel kualitas pelayanan.

2. Bagi Penelitian

Hasil Uji R^2 menunjukkan masih ada variabel-variabel lain yang harus diperhatikan dalam penelitian ini. Penelitian lebih lanjut hendaknya menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pasien seperti harga, fasilitas, lokasi, kepercayaan, dan lain-lain sehingga dapat diketahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pasien rumah sakit secara keseluruhan. Dengan semakin baik kepuasan pasien terhadap rumah sakit maka akan memberikan pengaruh yang baik pula bagi rumah sakit tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, dan Sri, P. (2012). Analisis Persepsi Pelayanan, Harga Dan Citra Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Pelita Anugerah Kabupaten Demak. *Jurnal Q-Man, Demak*.
- Abd-El-Salam, Eman, M., dkk. (2013). "The impact of corporate image and reputation on service quality, customer satisfaction and customer loyalty: testing the mediating role Case analysis in an international service company", *Journal of The Business & Management Review, Vol.3, Number-2, January 2013 p.177-196*
- Adil, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Umum Daerah Kota Bogor. *Institut Pertanian Bogor*.
- Afriliawan, D. (2013). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pasien VIP Pada RSUD Anutapura Palu. *Universitas Tadulako, Palu*.
- Buchari, A. (2000). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabet. Bandung.
- Bitner, Mary Jo, Zeithaml, Valerie A, (1996). *Services Marketing*. Edisi I. Boston. MCGraw-Hill.
- Effendi, A.T. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa RSUD Kota Madiun. *Universitas Brawijaya, Malang*.
- Fatriansah. (2014). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pasien Rumah Sakit Syarif Hidayatullah. *UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta*.
- Flavian, C., Guinaliu, M. & Torres, E. (2005). "The influence of corporate image on consumer trust: a comparative analysis in traditional versus internet banking", *Internet Research, Vol. 15 No. 4, pp. 447-71*.
- Gasperz, V. (1997). *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Gronroos, C. (2000). *Service Management and Marketing*, England : Jhon Wiley and Sons Ltd, Chichester.
- Handi, I. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Harrison, S. (2007). *Public Relation an Introduction*. London: Thomson Learning.
- Sweeney, J. And Soutar, G. (2001). "Consumer perceived value: the development of a multiple item scale". *Journal of Retailing, Vol. 77, 203-220*.

- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*, Jilid I, Penhalindo. Jakarta
- Kotler, P. dan Kevin, L.K. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jilid II. Edisi Kesembilan. Penhalindo. Jakarta
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, P. dan Kevin, L.K. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lovelock, H. Christopher & Lauren, A.W. (2006). *Principles of Service Marketing and Management, Second Edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Marcel, D. (2003). *Service Quality in Concept and Theory*. Published by American Press, USA.
- Mulyaningsih, L.A. dan I Gusti, A.K. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP di Denpasar. *Universitas Udayana Bali*.
- Nguyen, N and Leblanc. G. (2001), "Corporate image and corporate reputation in customer's retention decisions in service" *Journal of retailing and consumer services*, Vol. 8, p227-p236.
- Hidajahningtyas, N., Andi, S., dan Imam, S. (2013). Pengaruh Citra, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Di Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Sobandi Kabupaten Jember. *Universitas Jember*.
- Parasuraman, Zeithaml, Valerie, Berry, Leonard. (1985), "A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research," *Journal of Marketing*, Vol 49
- Prabowo, dan Muhammad, I. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Skripsi. Universitas Sebelas Maret*.
- Rao, P. 1996. *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis*. The Asia Manager. February-March. Hal 28-32.
- Ratminto, dan Winarsih, A.S. (2005). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Samuelson, P.A., dan William, D.N. (2001), *Macro Economic*, Edisi Terjemahan, Edisi 14, Penerbit Erlangga, Jakarta.

- Sismiati, A. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Studi Pada Pasien RSKIA Ummi Khasanah Bantul. *Prodi Manajemen UPY*.
- Stephen L. Sondoh Jr, Maznah Wan Omar, Nabsiah Abdul Wahid, Ishak Ismail, and Amran Harun. (2007). "The Effect of Brand Image on Overall Satisfaction and Loyalty Intention In The Context of Color Cosmetic", *Asian Academy of Management Journal, Vol 12 (83-107)*.
- Stemvelt, Robert. C. (2004). *Perception of Service Quality*. Allyn and Bacon, Massachusetts. (Diterjemahkan oleh Purwoko)
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. (2006). *Pengantar Manajemen*. Bandung: CV Alfabeta.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta : PT.Rineka Cipta.
- Susilawati. (2014). Pengaruh kualitas layanan guru dan kepemimpinan transformasional kepala sekolah terhadap mutu sekolah dasar di kota Cilegon. repository.upi.edu. *Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Sondakh, C. (2014). Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Universitas Sam Ratulangi*.
- Sutojo, S. (2004). *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta. PT. Damar Mulia Pustaka.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset
- Sumarwan, U, dkk. (2010). *Pemasaran Strategik (Prespektif Value-Based Marketing & Pengukuran Kinerja)*. IPB Pres. Bogor.
- Zeithaml, Valarie, A. and Bitner, Mary Jo. (2002). *Service Marketing*. McGraw Hill Inc, Int'l Edition, New York.

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA RUMAH SAKIT, NILAI
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN DI RUMAH SAKIT TIARA
PEMATANG SIANTAR**

Terima kasih atas partisipasi anda menjadi salah satu peserta survei dan secara sukarela mengisi kuesioner ini. Nama saya Andi Hakim Lubis, mahasiswa Pascasarjana Universitas Terbuka Program Studi Magister Manajemen Minat Pemasaran, pada saat ini sedang mengadakan penelitian tentang kepuasan pasien Rumah Sakit Tiara Pematang Siantar. Kami sangat menghargai kejujuran anda dalam mengisi kuesioner ini. Kami menjamin kerahasiaan anda yang terkait dengan kuesioner. Hasil survei ini semata-mata akan digunakan untuk tujuan penelitian dan bukan tujuan komersial.

NAMA: (bila tidak keberatan)

Screening

Petunjuk: berilah tanda silang (X) pada pilihan anda.

Bagian A : Karakteristik Responden

Data umum Responden (referensi responden)

Petunjuk: berilah tanda silang (X) pada pilihan jawaban dibawah ini sesuai dengan pertanyaan dan keadaan anda.

1. Jenis kelamin
 laki-laki perempuan
2. Umur:
 <20 tahun 41-50 tahun
 20-25 tahun 31-40 tahun
 26-30 tahun >50 tahun
3. Pendidikan terakhir:
 SMU/ sederajat S1 S3
 diploma(D3) S2
4. Pekerjaan;
 pelajar/mahasiswa guru/dosen lain-lain:.....
 pegawai negeri eksekutif
 pegawai swasta wirausaha
5. Alasan memilih Rumah Sakit Tiara;
 Lokasi Layanan
 Biaya Fasilitas
 Pilihan Kantor

Lanjutan lampiran 1

Bagian B :Kualitas Pelayanan

Petunjuk : berdasarkan pengalaman anda selama ini, berilah tanda silang (X) pada kolom yang telah disediakan, sesuai dengan harapan anda dan kenyataan.

Keterangan:

5: sangat setuju

3: kurang setuju

1: sangat tidak setuju

4: setuju

2: tidak setuju

No	Daftar Pertanyaan	Penilaian				
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)						
1	Bangunan Rumah Sakit Tiara tertata rapi, bersih, dan nyaman	1	2	3	4	5
2	Dokter dan petugas kesehatan Rumah Sakit Tiara berpenampilan rapi dan bersih	1	2	3	4	5
3	Rumah Sakit Tiara memiliki peralatan kesehatan yang memadai	1	2	3	4	5
4	Kondisi ruangan dan pekarangan (misalnya : kamar, pekarangan, ruang tunggu (<i>lobby</i>) baik	1	2	3	4	5
Kehandalan (<i>Reliability</i>)						
5	Kehandalan pegawai Rumah Sakit Tiara dalam melayani pasien baik	1	2	3	4	5
6	Kehandalan pegawai dalam menjalankan prosedur pelayanan kepada pasien baik	1	2	3	4	5
7	Kehandalan pegawai dalam memudahkan teknis pelayanan kepada pasien baik	1	2	3	4	5
Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)						
8	Sikap pegawai dalam merespon setiap permintaan pasien baik	1	2	3	4	5
9	Pegawai sigap dan responsif terhadap keluhan pasien	1	2	3	4	5
10	Semua pelayanan dan transaksi dilaksanakan dengan cepat dan tepat	1	2	3	4	5
Jaminan (<i>Assurance</i>)						
11	Jaminan waktu/kesempatan dalam mendapatkan pelayanan (mendapatkan fasilitas dan pelayanan selama masa perawatan) baik	1	2	3	4	5
12	Jaminan biaya dalam pelayanan (tidak ada biaya tambahan selain yang sudah disepakati) baik	1	2	3	4	5
13	Jaminan keamanan bagi pasien (pasien merasa nyaman dan beristirahat di Rumah Sakit Tiara) baik	1	2	3	4	5
Empati (<i>Empathy</i>)						
14	Sikap pegawai Rumah Sakit dalam mendahulukan kepentingan pasien baik	1	2	3	4	5
15	Keramahan pegawai Rumah Sakit dalam melayani baik	1	2	3	4	5
16	Pemahaman pegawai atas kebutuhan pasien baik	1	2	3	4	5

Lanjutan lampiran 1

Bagian C : Citra

Petunjuk : berdasarkan pengalaman anda selama ini, berilah tanda silang (X) pada kolom yang telah disediakan, sesuai dengan harapan anda dan kenyataan.

Keterangan:

5: sangat setuju

3: kurang setuju

1: sangat tidak setuju

4: setuju

2: tidak setuju

No	Daftar Pertanyaan	Penilaian				
Kepribadian (<i>Personality</i>)						
1	Pegawai dan perawat Rumah Sakit Tiara memiliki kecakapan dalam menangani pasien	1	2	3	4	5
2	Rumah Sakit Tiara memiliki dokter dan perawat yang ahli dan berpengalaman	1	2	3	4	5
Reputasi (<i>Reputation</i>)						
3	Rumah Sakit Tiara memiliki reputasi yang terjamin	1	2	3	4	5
4	Rumah Sakit Tiara merupakan perusahaan yang dapat dipercaya dan memiliki tanggung jawab	1	2	3	4	5
Nilai/Etika (<i>Value</i>)						
5	Rumah Sakit Tiara tetap merawat pasien yang membutuhkan perawatan	1	2	3	4	5
6	Rumah Sakit Tiara sangat sopan terhadap pasien yang berkunjung	1	2	3	4	5
Identitas Perusahaan (<i>Corporate Identity</i>)						
7	Nama Rumah Sakit Tiara mudah diingat oleh masyarakat	1	2	3	4	5
8	Lokasi Rumah Sakit Tiara mudah akses jalannya	1	2	3	4	5

Lanjutan lampiran 1

Bagian D : Nilai Pelanggan

Petunjuk : berdasarkan pengalaman anda selama ini, berilah tanda silang (X) pada kolom yang telah disediakan, sesuai dengan harapan anda dan kenyataan.

Keterangan:

5: sangat setuju

3: kurang setuju

1: sangat tidak setuju

4: setuju

2: tidak setuju

No	Daftar Pertanyaan	Penilaian				
<i>Emotional Value</i>						
1	Pasien merasa nyaman dirawat di Rumah Sakit Tiara	1	2	3	4	5
2	Apabila ada komplain dari pasien perawat atau pegawai Rumah Sakit Tiara segera menanggapi	1	2	3	4	5
<i>Social Value</i>						
3	Pasien mendapat perhatian dan merasa nyaman ketika berkomunikasi dengan karyawan Rumah Sakit Tiara	1	2	3	4	5
4	Rumah Sakit Tiara memahami kebutuhan pasien dan bersikap ramah dan sopan kepada pasien	1	2	3	4	5
<i>Quality / Performance Value</i>						
5	Rumah Sakit Tiara memberikan pelayanan yang baik dan memberikan seluruh informasi yang dibutuhkan pasien	1	2	3	4	5
6	Rumah Sakit Tiara memberikan penanganan medis yang cepat kepada pasien sesuai dengan yang diharapkan pasien	1	2	3	4	5
<i>Price / Value of Money</i>						
7	Biaya perawatan yang dibayarkan sesuai dengan pelayanan kesehatan yang didapatkan	1	2	3	4	5
8	Biaya yang dibayarkan di Rumah Sakit Tiara tidak terlalu tinggi jika dibandingkan dengan biaya di Rumah Sakit lain	1	2	3	4	5

Bagian E : Kepuasan Pasien

Petunjuk : berdasarkan pengalaman anda selama ini, berilah tanda silang(X) pada kolom yang telah disediakan, sesuai dengan harapan anda dan kenyataan.

Keterangan:

5: sangat setuju

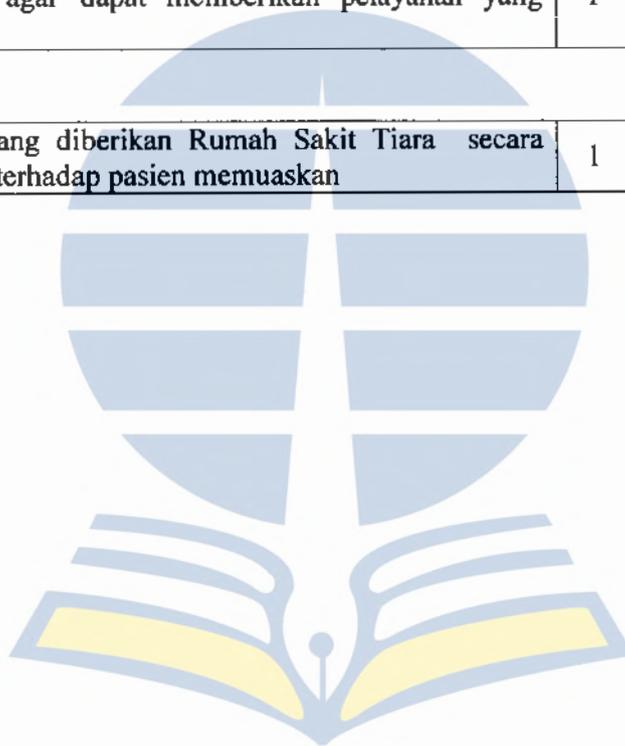
3: kurang setuju

1: sangat tidak setuju

4: setuju

2: tidak setuju

No	Daftar Pertanyaan	Penilaian				
<i>Overall Satisfaction</i>						
	Secara keseluruhan Rumah Sakit Tiara memberikan kepuasan jasa kesehatan sesuai dengan keinginan pasien	1	2	3	4	5
<i>Expectation</i>						
	Harapan pasien terhadap Rumah Sakit Tiara secara keseluruhan agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan	1	2	3	4	5
<i>Experience</i>						
	Pelayanan yang diberikan Rumah Sakit Tiara secara keseluruhan terhadap pasien memuaskan	1	2	3	4	5



Lampiran 2

Data Tesis

No.	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	Mimilih RS
1	1	1	3	4	1
2	2	2	3	3	2
3	2	5	3	2	1
4	2	2	3	3	4
5	1	2	2	3	2
6	2	4	1	3	5
7	1	1	3	3	4
8	1	3	1	2	1
9	2	2	4	3	4
10	2	2	4	4	1
11	1	2	3	2	3
12	1	1	1	1	3
13	2	2	3	5	1
14	2	3	4	3	2
15	1	3	3	3	1
16	2	4	3	5	1
17	1	1	3	3	3
18	2	4	3	3	5
19	1	3	1	1	1
20	1	1	3	5	3
21	2	1	1	1	2
22	2	3	2	3	1
23	2	1	4	3	5
24	2	4	1	1	1
25	2	4	2	3	2
26	1	4	3	5	2
27	2	4	1	2	2
28	1	4	4	3	3
29	2	4	3	3	5
30	1	4	2	5	2
31	2	5	3	3	4
32	2	3	2	5	1
33	1	4	3	2	1
34	1	4	1	1	5
35	2	3	3	5	2
36	1	4	3	2	1
37	2	4	3	5	3

38	1	4	4	2	1
39	2	3	2	2	1
40	1	3	2	1	3
41	2	2	3	2	4
42	1	2	3	5	4
43	2	5	2	2	2
44	1	3	2	3	3
45	2	3	1	2	3
46	1	4	3	5	3
47	2	3	3	3	4
48	1	1	3	3	4
49	2	5	3	2	4
50	2	3	3	3	4
51	1	3	3	3	2
52	2	1	3	2	4
53	2	1	3	2	4
54	1	3	3	4	3
55	2	2	3	4	2
56	2	1	3	2	4
57	1	3	3	2	5
58	2	2	3	3	5
59	1	1	3	5	2
60	2	2	3	2	4
61	2	5	2	1	3
62	1	4	4	2	4
63	2	4	2	3	2
64	1	1	3	3	4
65	1	3	3	5	4
66	2	3	3	5	1
67	1	1	2	4	3
68	1	4	3	2	1
69	2	4	3	5	4
70	1	2	2	4	2
71	1	5	2	5	2
72	2	3	2	3	4
73	1	1	2	5	2
74	2	2	3	5	4
75	2	4	3	4	3
76	1	2	1	3	3
77	1	2	2	4	3
78	1	2	2	1	3

79	2	4	5	4	3
80	2	3	3	5	4
81	2	1	3	3	4
82	1	1	2	3	2
83	1	2	1	1	2
84	1	4	1	2	4
85	2	1	1	5	2
86	2	2	3	5	4
87	2	1	2	1	4
88	2	1	3	3	3
89	1	2	3	3	2
90	2	1	1	2	1
91	2	4	4	2	5
92	2	2	1	5	5
93	1	1	3	3	2
94	1	1	3	4	4
95	2	1	3	5	3
96	1	1	3	3	4
97	1	2	4	2	2
98	2	1	3	4	4
99	2	4	1	5	2
100	2	4	3	4	4
101	1	4	3	2	4
102	2	3	2	2	2
103	1	3	1	3	5
104	2	2	3	2	4
105	1	2	1	5	1
106	2	5	4	2	4
107	1	3	4	5	4
108	2	3	3	2	3
109	1	4	4	5	3
110	2	3	1	5	4
111	1	1	1	5	3
112	2	5	3	5	3
113	2	3	3	3	4
114	1	4	1	3	4
115	1	1	3	4	4

Kualitas Pelayanan (Bukti Fisik)

X111	X112	X113	X114	BuktiFisik (X11)
5	5	5	3	18
3	3	4	3	13
3	3	4	3	13
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
2	2	2	2	8
2	2	2	2	8
2	2	2	2	8
5	3	3	3	14
4	5	5	2	16
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
2	4	3	4	13
3	3	3	4	13
2	2	2	4	10
4	4	4	4	16
2	4	4	4	14
4	4	4	4	16
3	3	3	4	13
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
3	3	4	4	14
4	3	4	4	15
3	3	3	4	13
3	3	4	4	14
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	3	4	4	14
4	4	4	4	16
3	3	3	4	13
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
2	2	2	4	10
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16

4	4	4	4	16
3	3	3	4	13
3	3	3	4	13
3	3	4	4	14
3	3	3	4	13
1	3	4	4	12
3	3	3	3	12
2	2	2	4	10
3	3	3	4	13
2	2	4	4	12
3	4	4	4	15
2	2	2	4	10
2	3	3	5	13
3	3	4	4	14
4	4	5	4	17
2	4	3	4	13
3	3	3	4	13
3	3	3	4	13
3	2	2	4	11
3	3	3	4	13
4	3	3	4	14
1	3	2	4	10
3	3	3	4	13
3	3	4	4	14
3	3	3	3	12
3	3	4	5	15
3	3	4	2	12
3	3	4	4	14
4	4	4	4	16
2	2	2	5	11
2	2	2	4	10
2	2	2	4	10
2	2	2	4	10
1	3	3	4	11
2	2	2	4	10
3	3	3	4	13
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
3	3	3	4	13
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
2	2	3	4	11

3	3	3	5	14
2	2	2	4	10
4	4	4	5	17
2	4	4	4	14
4	4	4	4	16
3	3	3	5	14
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
3	3	4	4	14
4	3	4	4	15
3	3	3	4	13
3	3	4	3	13
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
3	3	4	4	14
4	4	4	4	16
3	3	3	4	13
5	4	4	3	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	5	3	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
4	5	4	4	17

Kualitas Pelayanan (Kehandalan)

X121	X122	X123	Kehandalan (X12)
3	3	4	10
3	3	4	10
3	3	4	10
4	4	4	12
4	4	4	12
2	2	2	6
2	2	2	6
2	2	2	6
3	3	4	10
2	2	2	6
3	3	3	9
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
3	4	3	10
3	4	3	10
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	2	10
4	4	3	11
4	4	3	11
3	4	3	10
4	4	3	11
3	4	4	11
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	3	11
3	3	4	10
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	4	12
4	3	4	11
4	4	3	11
4	4	3	11
4	4	3	11
4	4	3	11

4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	3	11
4	3	4	11
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	3	11
5	5	4	14
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	3	11
4	4	1	9
4	3	3	10
5	5	4	14
3	2	3	8
4	4	3	11
4	4	3	11
4	5	3	12
4	4	3	11
3	4	3	10
4	4	4	12
4	4	3	11
3	4	3	10
4	4	3	11
4	4	3	11
5	4	3	12
4	4	3	11
3	3	3	9
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	3	11

5	5	4	14
4	4	4	12
5	5	3	13
4	4	3	11
4	4	4	12
5	5	3	13
4	4	4	12
4	4	2	10
4	4	3	11
4	4	4	12
3	4	3	10
3	3	3	9
4	4	3	11
5	4	3	12
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	3	11
4	3	1	8
4	4	3	11
3	4	3	10
4	4	4	12
3	4	3	10
4	4	3	11
4	4	4	12
3	4	3	10
4	4	4	12
4	4	4	12
3	4	3	10
5	4	4	13
4	4	3	11
4	4	3	11
4	4	4	12

Kualitas Pelayanan (Ketanggapan)

X131	X132	X133	Ketanggapan (X13)
3	3	4	10
3	3	4	10
3	3	4	10
4	4	4	12
2	2	2	6
2	2	2	6
2	2	2	6
2	2	2	6
1	3	3	7
2	2	2	6
3	3	3	9
3	3	3	9
2	2	2	6
3	3	3	9
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	4	12
2	2	3	7
3	3	3	9
2	2	2	6
4	4	4	12
2	4	4	10
4	4	4	12
3	3	3	9
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	4	10
4	3	4	11
3	3	3	9
3	3	4	10
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	4	10
4	4	4	12
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	4	12
2	2	2	6
4	4	4	12
4	4	4	12

4	4	4	12
1	1	1	3
3	3	3	9
3	3	4	10
3	3	3	9
1	3	4	8
3	3	3	9
2	2	2	6
3	3	3	9
2	2	4	8
3	4	4	11
2	2	2	6
2	3	3	8
3	3	4	10
4	4	5	13
2	4	3	9
3	3	3	9
3	3	3	9
3	2	2	7
3	3	3	9
4	3	3	10
1	3	2	6
3	3	3	9
3	3	4	10
3	3	3	9
4	4	4	12
2	2	3	7
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	4	10
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	4	10
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	4	10
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	4	10
3	3	4	10

3	3	3	9
2	2	4	8
3	3	3	9
4	4	4	12
2	2	4	8
3	3	4	10
3	3	3	9
3	3	3	9
2	2	2	6
3	3	4	10
3	3	4	10
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	3	9
3	3	3	9
2	2	3	7
3	3	4	10
2	2	2	6
4	4	4	12
3	4	4	11
4	4	3	11
4	4	4	12
3	3	3	9
4	3	3	10
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
1	1	3	5
4	4	4	12
3	4	4	11
4	4	4	12
4	4	4	12

Kualitas Pelayanan (Jaminan)

X141	X142	X143	Jaminan (14)
4	3	4	11
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	3	11
5	5	4	14
4	4	4	12
3	4	4	11
4	4	3	11
4	4	4	12
3	3	3	9
4	3	3	10
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
1	1	1	3
4	4	4	12
3	4	4	11
4	4	4	12
4	4	4	12
4	5	3	12
4	4	4	12
5	5	4	14
4	5	3	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	4	14
4	4	4	12

4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	3	4	11
4	5	5	14
3	2	3	8
4	3	3	10
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	3	11
5	4	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	4	10
5	4	4	13
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	4	12

4	4	4	12
4	4	3	11
4	3	4	11
1	1	1	3
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	4	13
5	4	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	5	5	14
3	2	3	8
4	3	3	10
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	3	11
5	4	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	4	10

Kualitas Pelayanan (Empati)

X151	X152	X153	Empati (X15)	X1
5	4	4	13	62
5	4	3	12	57
4	4	4	12	57
4	4	4	12	64
4	4	4	12	59
5	3	3	11	43
4	4	4	12	43
4	3	3	10	42
4	4	4	12	54
5	4	4	13	53
4	3	3	10	51
5	5	5	15	59
4	4	4	12	58
4	4	4	12	53
5	4	4	13	56
5	5	5	15	65
4	4	4	12	60
3	4	4	11	53
4	4	4	12	56
4	4	2	10	49
4	4	4	12	63
5	4	5	14	51
5	5	5	15	66
5	5	5	15	59
3	5	5	13	58
5	5	5	15	67
4	3	3	10	58
4	3	3	10	60
5	5	5	15	62
4	3	3	10	57
4	4	4	12	55
4	4	4	12	63
4	4	4	12	60
5	5	5	15	66
5	4	4	13	60
5	5	5	15	65
5	5	5	15	66
4	4	3	11	50
5	5	4	14	67

4	4	4	12	63
4	4	4	12	63
4	4	4	12	52
4	4	4	12	58
4	4	4	12	59
4	4	4	12	58
2	5	3	10	53
4	4	4	12	56
4	4	3	11	50
4	4	4	12	58
2	4	2	8	51
4	4	4	12	60
4	5	4	13	54
4	4	4	12	55
3	4	4	11	56
4	4	4	12	66
4	4	3	11	57
4	4	4	12	58
3	3	3	9	55
4	4	4	12	54
4	4	4	12	57
3	4	3	10	57
5	4	3	12	50
4	4	4	12	58
4	4	4	12	57
4	3	3	10	53
4	3	3	10	61
4	4	3	11	51
4	4	4	12	58
4	3	3	10	57
4	3	4	11	56
4	4	3	11	52
4	4	4	12	53
4	4	4	12	55
4	4	4	12	55
5	4	4	13	54
4	4	4	12	58
5	5	4	14	59
4	4	4	12	65
4	4	4	12	57
4	5	5	14	56

3	4	3	10	55
4	4	4	12	62
5	4	4	13	57
4	4	4	12	61
4	4	4	12	53
4	4	4	12	62
4	4	3	11	51
4	4	4	12	59
4	4	4	12	61
4	4	4	12	58
4	4	4	12	59
4	4	4	12	52
4	4	4	12	61
4	4	4	12	57
5	4	4	13	57
5	4	4	13	59
4	4	4	12	61
5	5	5	15	62
4	4	5	13	59
4	4	4	12	58
5	4	5	14	58
5	5	5	15	62
5	5	5	15	62
3	5	5	13	65
5	5	5	15	65
4	3	3	10	59
4	3	3	10	60
5	5	5	15	65
4	3	3	10	62
4	4	4	12	63
4	4	4	12	55
4	4	4	12	65
5	5	5	15	65
5	4	4	13	63
5	5	5	15	66

Citra

X212	X212	X221	X222	X231	X232	X241	X242	X2
5	4	4	4	5	5	3	4	34
5	4	4	4	3	4	4	4	32
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	2	4	2	4	4	4	4	26
2	2	3	2	5	5	4	4	27
2	2	4	2	3	4	4	3	24
2	2	4	2	4	5	4	4	27
3	3	5	3	4	4	4	3	29
2	2	2	2	3	4	4	4	23
3	3	2	3	3	4	4	3	25
5	3	3	3	4	5	5	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	4	4	26
3	3	3	3	4	4	4	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	3	3	3	28
2	3	4	3	2	4	3	3	24
3	3	3	3	3	4	4	4	27
2	2	3	2	3	5	4	4	25
4	4	4	4	2	2	4	4	28
4	4	2	4	3	1	1	3	22
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	3	3	3	4	4	27
3	3	2	3	2	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	4	4	4	5	3	30
3	4	3	4	4	4	4	4	30
3	3	4	3	4	5	5	4	31
3	4	3	4	4	4	5	3	30
3	3	3	3	3	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	3	4	5	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	2	2	2	3	4	4	4	23
4	4	4	4	3	5	5	4	33

4	4	4	4	3	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
1	1	3	1	3	4	4	4	21
3	3	4	3	4	4	4	4	29
3	4	4	4	4	4	4	4	31
3	3	3	3	3	4	1	1	21
3	4	4	4	4	4	4	4	31
3	3	3	3	4	4	4	4	28
2	2	2	2	4	4	4	4	24
3	3	4	3	2	4	4	4	27
2	4	4	4	2	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	3	4	31
2	2	4	2	3	4	5	5	27
3	3	2	3	2	3	2	3	21
3	4	4	4	3	4	3	3	28
4	5	4	5	3	4	4	4	33
4	3	2	3	2	1	4	4	23
3	3	3	3	4	4	4	4	28
3	3	3	3	4	4	2	2	24
2	2	3	2	4	4	4	4	25
3	3	3	3	3	4	4	4	27
3	3	3	3	4	4	4	3	27
3	2	3	2	3	4	4	3	24
3	3	4	3	4	5	4	4	30
3	4	4	4	5	4	4	4	32
3	3	3	3	3	4	4	4	27
4	4	4	4	4	3	3	4	30
2	3	3	3	3	5	4	4	27
3	3	4	3	4	4	4	4	29
3	3	3	3	4	4	4	3	27
3	4	4	4	4	4	4	4	31
3	3	4	3	3	4	4	3	27
3	3	3	3	3	4	4	4	27
3	3	4	3	4	4	2	2	25
3	3	3	3	4	4	4	4	28
3	3	4	3	4	4	4	4	29
3	4	4	4	4	4	4	4	31
3	3	4	3	3	4	4	4	28
4	4	4	4	4	5	4	4	33
3	3	4	3	4	4	4	4	29
3	3	4	3	3	4	4	4	28

3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	4	4	4	4	4	4	4	31
3	4	4	4	4	4	4	4	31
3	3	4	3	4	4	4	4	29
5	4	4	4	4	4	4	3	32
3	3	3	3	3	4	3	4	26
4	4	4	4	4	1	1	4	26
2	4	2	4	2	4	4	3	25
3	4	4	4	4	4	4	4	31
3	3	4	3	4	4	4	4	29
3	3	3	3	3	4	4	4	27
2	2	2	2	5	5	3	3	24
3	4	4	4	4	4	4	4	31
3	4	4	4	4	4	4	4	31
3	3	4	3	4	5	4	4	30
3	3	4	3	4	5	4	4	30
3	3	4	3	3	4	4	4	28
3	3	4	3	4	4	4	4	29
5	3	3	3	3	4	4	4	29
3	4	4	4	3	4	4	4	30
4	4	5	4	3	2	3	3	28
4	3	4	3	2	2	3	4	25
4	5	4	5	3	4	4	5	34
4	4	5	4	2	3	4	2	28
4	5	4	5	3	4	3	4	32
4	4	4	4	5	5	3	4	33
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	5	4	5	3	3	3	4	31
5	5	4	5	4	5	4	5	37
4	5	5	5	4	3	3	4	33
4	5	4	5	3	3	3	4	31
4	4	3	4	3	4	3	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	4	3	4	30
4	4	4	4	2	3	4	4	29

Nilai Pelanggan

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3
4	3	4	3	3	3	3	2	25
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	4	4	5	4	32
4	4	4	4	3	4	3	4	30
4	4	3	4	4	4	2	4	29
4	4	2	2	3	4	4	4	27
4	4	3	2	4	3	4	5	29
4	4	4	5	5	3	4	4	33
4	4	3	3	3	4	3	4	28
5	5	4	4	4	4	4	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	3	4	3	3	4	28
4	4	3	4	3	3	4	4	29
4	4	4	4	1	2	3	4	26
3	3	3	4	4	4	4	4	29
4	3	3	3	4	4	3	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	3	4	3	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
1	1	3	3	1	2	1	3	15
4	4	4	4	5	3	3	4	31
3	4	4	4	5	4	4	5	33
4	4	4	2	3	5	4	4	30
4	4	4	4	5	3	3	4	31
4	5	3	4	4	2	3	3	28
4	4	4	4	4	4	3	4	31
5	5	4	4	4	4	4	5	35
4	5	3	4	4	3	4	2	29
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	4	4	4	3	3	4	30
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	4	4	5	3	3	4	31
5	4	4	5	5	5	4	5	37
4	4	4	4	5	3	3	4	31
4	4	4	4	5	3	3	4	31
4	4	4	4	4	4	3	4	31
5	5	4	4	4	4	4	4	34

4	4	4	3	4	4	3	4	30
4	4	4	4	4	5	4	4	33
4	4	4	3	4	4	2	3	28
4	4	4	4	4	3	3	4	30
4	4	4	3	3	4	3	4	29
4	4	4	3	4	4	3	4	30
4	4	4	2	2	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	4	3	4	3	3	4	29
4	4	4	3	4	4	3	4	30
4	4	4	3	3	3	4	3	28
4	3	4	3	4	3	3	4	28
4	5	5	5	5	4	4	4	36
3	2	3	3	3	3	2	3	22
4	3	3	3	4	3	3	4	27
4	4	4	4	4	3	4	4	31
4	4	4	4	3	4	3	4	30
4	4	4	4	4	3	4	4	31
4	4	4	3	3	4	3	4	29
4	4	4	3	4	4	3	4	30
4	4	4	3	3	4	4	4	30
4	4	3	4	3	3	3	3	27
4	4	3	3	4	3	4	4	29
5	4	4	4	3	4	4	5	33
4	4	4	3	4	4	3	4	30
4	4	4	4	4	4	3	4	31
3	3	4	3	4	4	4	4	29
5	4	4	3	3	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	3	3	2	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	3	4	4	3	4	29
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	3	3	30
4	4	4	4	4	4	3	4	31
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	4	4	4	3	3	4	30

3	3	3	4	4	3	3	3	26
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	3	3	4	3	3	3	27
4	3	4	4	4	3	3	4	29
1	1	4	3	3	2	1	2	17
4	4	3	3	4	4	3	4	29
4	4	4	4	4	3	3	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	3	3	4	30
3	3	3	4	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	4	4	4	4	4	5	33
5	4	4	5	5	5	4	5	37
5	4	4	5	5	5	4	5	37
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	4	4	5	4	4	5	34
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	4	3	3	3	3	4	28
5	5	4	5	4	4	4	4	35
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	2	2	4	4	4	4	28
4	4	4	4	1	1	1	3	22
4	4	4	4	3	3	3	4	29
4	4	4	4	3	3	4	4	30
4	4	4	4	3	3	3	3	28
4	4	3	2	1	3	4	4	25
4	4	4	4	3	3	3	3	28
4	4	3	4	2	2	2	2	23
4	4	3	4	3	3	3	4	28
4	4	1	2	2	2	4	4	23
4	3	3	3	3	4	4	4	28
5	5	4	4	2	2	2	4	28
3	2	3	3	2	3	3	2	21

Kepuasan Pasien

Y11	Y12	Y13	Y
5	3	3	11
5	3	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	3	4	11
3	4	3	10
4	4	4	12
3	3	3	9
4	2	4	10
5	5	5	15
5	3	3	11
4	4	4	12
4	4	4	12
4	3	4	11
5	4	3	12
5	4	5	14
4	4	4	12
4	3	4	11
4	4	4	12
3	3	3	9
4	4	4	12
2	3	1	6
5	4	5	14
5	4	5	14
3	2	3	8
5	4	5	14
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	5	14
5	5	5	15
5	4	5	14
5	4	5	14
4	4	4	12
4	4	4	12
4	3	4	11

4	4	4	12
4	3	4	11
4	4	4	12
5	3	3	11
4	3	4	11
4	2	2	8
4	4	4	12
4	3	4	11
4	3	4	11
3	3	3	9
4	3	4	11
5	5	5	15
3	3	3	9
4	3	4	11
4	4	4	12
3	4	3	10
4	4	4	12
5	3	3	11
4	3	4	11
3	3	3	9
3	4	3	10
4	3	4	11
3	4	3	10
4	3	4	11
4	4	4	12
4	3	4	11
5	3	3	11
4	4	4	12
2	3	2	7
4	4	4	12
4	3	4	11
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	5	14
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12

4	4	4	12
4	3	4	11
4	4	4	12
5	3	3	11
4	3	4	11
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
5	4	5	14
4	4	4	12
5	3	3	11
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	4	13
4	4	3	11
4	3	3	10
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	3	11
4	4	4	12
5	4	4	13
4	4	3	11
4	4	3	11
4	4	3	11

Lampiran 3

Descriptives

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
JK	115	1.00	2.00	1.5391	.50065
UMUR	115	1.00	5.00	2.6957	1.27853
PENDIDIKAN	115	1.00	5.00	2.5739	.93716
PEKERJAAN	115	1.00	5.00	2.6522	1.34454
MEMILIH_RS	115	1.00	5.00	2.9478	1.24846
Valid N (listwise)	115				

Correlations

		X111	X112	X113	X114	X11
X111	Pearson Correlation	1	.705**	.673**	-.007	.852**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.939	.000
	N	115	115	115	115	115
X112	Pearson Correlation	.705**	1	.745**	.071	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.452	.000
	N	115	115	115	115	115
X113	Pearson Correlation	.673**	.745**	1	.040	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.672	.000
	N	115	115	115	115	115
X114	Pearson Correlation	-.007	.071	.040	1	.290**
	Sig. (2-tailed)	.939	.452	.672		.002
	N	115	115	115	115	115
X11	Pearson Correlation	.852**	.888**	.865**	.290**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	
	N	115	115	115	115	115

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

Correlations

		X121	X122	X123	X12
X121	Pearson Correlation	1	.754**	.277**	.805**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.000
	N	115	115	115	115
X122	Pearson Correlation	.754**	1	.267**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.000

	N	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.277**	.267**	1	.616**
X123	Sig. (2-tailed)	.003	.004		.000
	N	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.805**	.800**	.616**	1
X12	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	115	115	115	115

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

Correlations

		X131	X132	X133	X13
	Pearson Correlation	1	.791**	.608**	.900**
X131	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.791**	1	.703**	.927**
X132	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.608**	.703**	1	.857**
X133	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.900**	.927**	.857**	1
X13	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	115	115	115	115

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

Correlations

		X141	X142	X143	X14
	Pearson Correlation	1	.745**	.600**	.888**
X141	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.745**	1	.635**	.908**
X142	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.600**	.635**	1	.843**
X143	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.888**	.908**	.843**	1
X14	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	

N	115	115	115	115
---	-----	-----	-----	-----

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

Correlations

	X151	X152	X153	X15	X1
Pearson Correlation	1	.312**	.480**	.732**	.294**
X151 Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.001
N	115	115	115	115	115
Pearson Correlation	.312**	1	.713**	.814**	.425**
X152 Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000
N	115	115	115	115	115
Pearson Correlation	.480**	.713**	1	.904**	.543**
X153 Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
N	115	115	115	115	115
Pearson Correlation	.732**	.814**	.904**	1	.518**
X15 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
N	115	115	115	115	115
Pearson Correlation	.294**	.425**	.543**	.518**	1
X1 Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	
N	115	115	115	115	115

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

Correlations

	X211	X212	X221	X222	X231	X232	X241	X242	X2
Pearson Correlation	1	.694**	.354**	.694**	.073	-.221*	-.142	.318	.609**
X211 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.438	.018	.129	.209	.000
N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
Pearson Correlation	.694**	1	.462**	1.000**	.050	-.200*	-.141	.135	.612**
X212 Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.598	.032	.132	.150	.000
N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
Pearson Correlation	.354**	.462**	1	.462**	.202*	.035	.072	.170	.601**
X221 Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.031	.712	.445	.069	.000
N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
Pearson Correlation	.694**	1.000**	.462**	1	.050	-.200*	-.141	.135	.612**
X222 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.598	.032	.132	.150	.000
N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
Pearson Correlation	.073	.050	.202*	.050	1	.430**	.087	.127	.351**
X231 Sig. (2-tailed)	.438	.598	.031	.598		.000	.356	.176	.000
N	115	115	115	115	115	115	115	115	115

	Pearson Correlation	-.221*	-.200*	.035	-.200*	.430**	1	.452**	.155	.233*
X232	Sig. (2-tailed)	.018	.032	.712	.032	.000		.000	.097	.012
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
	Pearson Correlation	-.142	-.141	.072	-.141	.087	.452**	1	.443**	.352**
X241	Sig. (2-tailed)	.129	.132	.445	.132	.356	.000		.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.118	.135	.170	.135	.127	.155	.443**	1	.395**
X242	Sig. (2-tailed)	.209	.150	.069	.150	.176	.097	.000		.000
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.609**	.612**	.601**	.612**	.351**	.233*	.352**	.395**	1
X2	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.012	.000	.000	
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115

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

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

Correlations

		Correlations								
		X311	X312	X321	X322	X331	X332	X341	X342	X3
	Pearson Correlation	1	.772**	.201*	.271**	.214*	.340**	.419**	.456**	.694**
X311	Sig. (2-tailed)		.000	.031	.003	.022	.000	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.772**	1	.228*	.290**	.253**	.221*	.391**	.377**	.674**
X312	Sig. (2-tailed)	.000		.014	.002	.006	.018	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.201*	.228*	1	.468**	.321**	.247**	-.011	.207*	.452**
X321	Sig. (2-tailed)	.031	.014		.000	.000	.008	.906	.027	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.271**	.290**	.468**	1	.439**	.107	.035	.167	.512**
X322	Sig. (2-tailed)	.003	.002	.000		.000	.256	.709	.074	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.214*	.253**	.321**	.439**	1	.458**	.301**	.394**	.668**
X331	Sig. (2-tailed)	.022	.006	.000	.000		.000	.001	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.340**	.221*	.247**	.107	.458**	1	.497**	.514**	.666**
X332	Sig. (2-tailed)	.000	.018	.008	.256	.000		.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.419**	.391**	-.011	.035	.301**	.497**	1	.484**	.635**
X341	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.906	.709	.001	.000		.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.456**	.377**	.207*	.167	.394**	.514**	.484**	1	.708**
X342	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.027	.074	.000	.000	.000		.000

	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.694**	.674**	.452**	.512**	.668**	.666**	.635**	.708**	1
X3	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	115	115	115	115	115	115	115	115	115

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

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

Correlations

		Y11	Y12	Y13	Y
Y11	Pearson Correlation	1	.275**	.585**	.775**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000
	N	115	115	115	115
Y12	Pearson Correlation	.275**	1	.504**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000
	N	115	115	115	115
Y13	Pearson Correlation	.585**	.504**	1	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	115	115	115	115
Y	Pearson Correlation	.775**	.731**	.887**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	115	115	115	115

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	115	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.740	4

Reliability**Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	115	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	115	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.688	3

Reliability**Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	115	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	115	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.874	3

Reliability**Scale: ALL VARIABLES**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	115	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	3

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	115	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.752	3

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	115	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.658	8

Reliability**Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	115	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	115	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	8

Reliability**Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	115	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	115	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.719	3

Regression**Variables Entered/Removed^a**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X1, X2 ^b		Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.621 ^a	.385	.369	1.20145

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	100.436	3	33.479	23.193	.000 ^b
	Residual	160.225	111	1.443		
	Total	260.661	114			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.590	1.555		-.379	.705	
	X1	.090	.030	.301	3.036	.003	.564
	X2	.016	.055	.030	.289	.773	.498
	X3	.220	.036	.490	6.061	.000	.847

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	X1	X2	X3
1	1	3.983	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.010	20.036	.00	.11	.04	.72
	3	.005	28.658	.61	.00	.42	.05
	4	.002	40.766	.39	.89	.54	.23

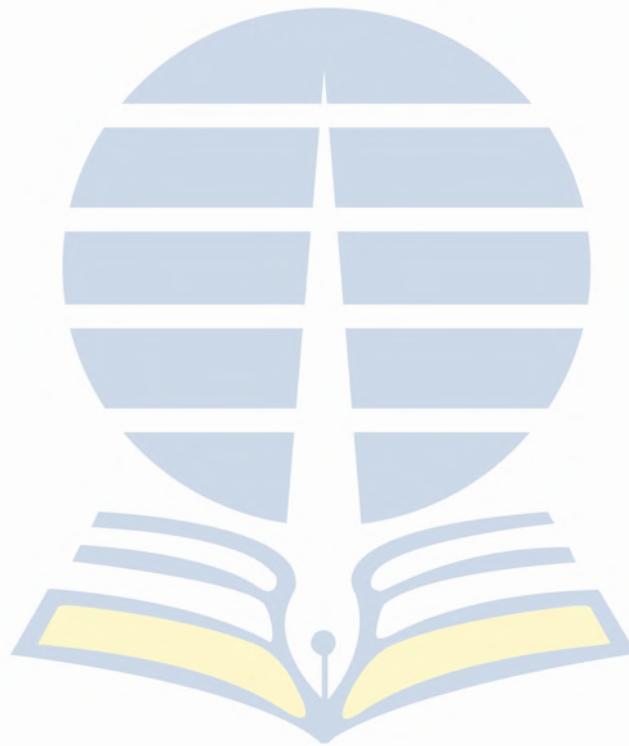
a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

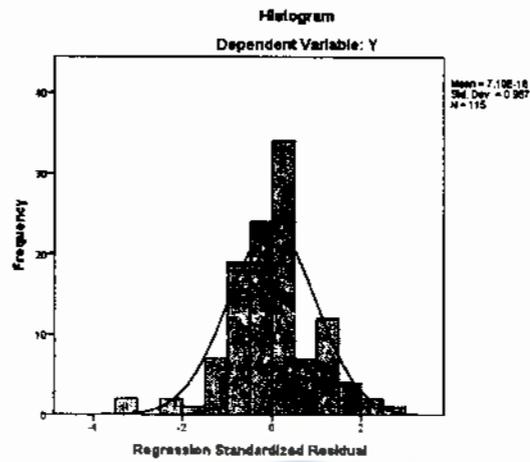
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	7.6308	13.4232	11.6348	.93862	115
Std. Predicted Value	-4.266	1.905	.000	1.000	115
Standard Error of Predicted Value	.118	.521	.209	.081	115

Adjusted Predicted Value	7.6084	13.4800	11.6289	.94556	115
Residual	-4.10969	3.17943	.00000	1.18553	115
Std. Residual	-3.421	2.646	.000	.987	115
Stud. Residual	-3.446	2.710	.002	1.012	115
Deleted Residual	-4.17182	3.39155	.00590	1.24730	115
Stud. Deleted Residual	-3.631	2.792	.001	1.029	115
Mahal. Distance	.103	20.482	2.974	3.569	115
Cook's Distance	.000	.300	.013	.036	115
Centered Leverage Value	.001	.180	.026	.031	115

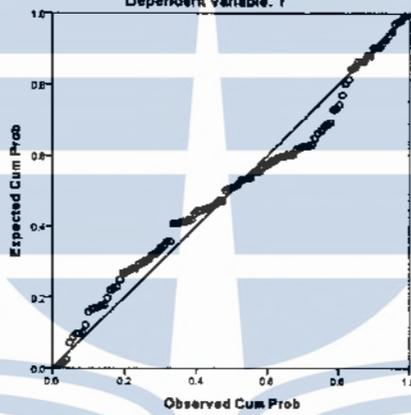
a. Dependent Variable: Y



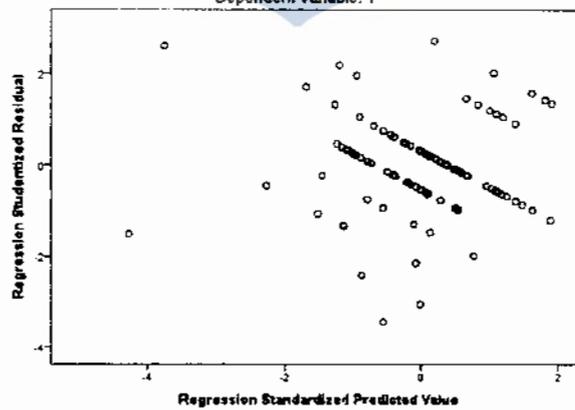
Charts



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Y



Scatterplot
Dependent Variable: Y



NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.18553164
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.098
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		1.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.221

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

NPar Tests

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.02840
Cases < Test Value	57
Cases \geq Test Value	58
Total Cases	115
Number of Runs	55
Z	-.655
Asymp. Sig. (2-tailed)	.513

a. Median