

ANALISIS PENGARUH *SERVQUAL* TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT INAP PADA PUSKESMAS PERANGAT

Emil Sari Noviana¹, LCA Robin Jonathan², Heriyanto³
Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda
Email : emilsari88@gmail.com

Keywords :

Tangible, Reliability, Responsiviness, Assurance, Empathy, Kepuasan Pasien

ABSTRACT :

EMIL SARI NOVIANA, Analisis Pengaruh *Servqual* terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Puskesmas Perangat

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh *Service Quality* yang terdiri dari *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy* terhadap kepuasan pasien rawat inap pasien di Puskesmas Perangat.

Alat analisis yang digunakan untuk menganalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. a) Hasil analisis menyebutkan menunjukkan bahwa variabel *Tangible* (X1) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien dan maka hipotesis ditolak. b) variabel *Reliability* (X2), berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien dan hubungan variabel *Reliability* (X2) terhadap Kepuasan Pasien (Y) adalah sebesar 0.135 maka hipotesis diterima. c) variabel *Responsiviness* (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien dan dapat diketahui hubungan variabel *Responsiviness* (X3) terhadap Kepuasan Pasien (Y) adalah sebesar 0.490 maka hipotesis diterima. d) variabel *Assurance* (X4) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien dan dapat diketahui hubungan variabel *Assurance* (X4) terhadap Kepuasan Pasien (Y) adalah sebesar 0.389 maka hipotesis diterima e) variabel *Empathy* (X5) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien dan dapat diketahui hubungan variabel *Empathy* (X5) terhadap Kepuasan Pasien (Y) adalah sebesar 0,056 maka hipotesis diterima.

PENDAHULUAN

Salah satu upaya dalam mewujudkan Indonesia Sehat, adalah meningkatkan kalitas pelayanan oleh pelaksana pelayanan kesehatan seperti Puskesmas dan Rumah Sakit. Puskesmas merupakan suatu tempat untuk melakukan upaya meningkatkan kesehatan, mencegah dan menyembuhkan penyakit serta memulihkan kesehatan. Masyarakat telah menganggap bahwa puskesmas adalah sarana kesehatan yang dapat mudah dijangkau oleh semua lapisan masyarakat baik dilihat dari segi biaya maupun letak geografis. Pimpinan Puskesmas harus bisa menjamin kualitas pelayanan melalui kesesuaian dengan kebutuhan pasien.

Puskesmas sebagai salah satu badan usaha jasa yang bergerak dalam bidang

kesehatan keberadaannya sangat dibutuhkan masyarakat umum. Pemenuhan kebutuhan masyarakat atau pasien disesuaikan dengan kemampuan yang dimiliki sehingga dapat bersaing dengan badan usaha pelayanan kesehatan sejenisnya. Kunci pokok untuk meningkatkan daya saing puskesmas dalam melayani kesehatan adalah pelayanan yang berkualitas. Kinerja dan service quality yang tinggi merupakan faktor terpenting tercapainya kepuasan pasien.

Service quality merupakan konsep pengukuran kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), keyakinan atau jaminan (assurance), perhatian (empathy) dan tampilan fisik atau berwujud (tangibles). Berdasarkan lima dimensi tersebut akan diketahui terjadi atau tidak gap (kesenjangan), ada tidaknya pengaruh dari lima dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien dan juga dapat diketahui dimensi kualitas pelayanan yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pasien

Menentukan kebijakan pelayanan yang tepat, khususnya dalam pelayanan kepada pasien diperlukan kajian tentang dimensi kualitas pelayanan. Upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan mutlak diperlukan adanya pengukuran kepuasan pasien sehingga dapat diketahui sejauh mana dimensi kualitas pelayanan yang telah diselenggarakan dapat memenuhi harapan pasien. Semakin ketatnya persaingan serta pelanggan yang semakin selektif dan berpengetahuan mengharuskan Puskesmas Perangat Selatan selaku salah satu penyedia jasa pelayanan kesehatan untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanannya. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, terlebih dahulu harus diketahui mengenai pelayanan yang telah diberikan kepada pasien selama ini telah sesuai dengan harapan pasien atau belum.

Puskesmas Perangat selalu menjaga kepercayaan dan kepuasan pasien dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pasiennya meningkat. Pihak Puskesmas Perangat perlu secara cermat menentukan kebutuhan pasien sebagai upaya untuk memenuhi harapan atau keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Menjalin hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Hal inilah yang disebut orientasi pada konsumen atau pasien.

Kompleksnya masalah kehidupan sekarang ini, menyebabkan masalah kesehatan benar-benar merupakan kebutuhan penting. Jasa pelayanan kesehatan diharapkan mampu untuk selalu konsisten pada peranannya, terutama kualitas pelayanan dalam upaya memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasien. Survey kepuasan pasien sudah dilakukan oleh Puskesmas Perangat tetapi sampai sekarang belum pernah dilakukan analisis penilaian pasien tentang kualitas pelayanan serta kepuasan yang dirasakannya. Service quality merupakan pemenuhan dari harapan konsumen atau kebutuhan konsumen yang membandingkan antara hasil dengan harapan dan menentukan apakah konsumen sudah menerima layanan yang berkualitas. Hal ini penting sebagai acuan dalam membenarkan pelayanan, agar dapat memberikan kepuasan yang optimal. Dari uraian latar belakang di atas, guna dapat meneliti lebih dalam berdasar sudut pandang kualitas pelayanan dan kepuasan pasien, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Analisis Pengaruh Servqual terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Puskesmas Perangat”**.

Pengertian pemasaran, menurut Kotler dan Keller (2009:5) dalam Imanuddin Hasbi dan Btari Chandra Rini. Pemasaran adalah suatu proses social yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut *American Marketing Association (AMA)* dalam Kotler dan Keller (2016:27) :*“Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large.”* Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengolah hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan.

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran lebih berurusan dengan pelanggan. Memahami, menciptakan, mengkonsumsi dan memberikan nilai serta kepuasan kepada konsumen adalah inti pemikiran dan praktek pemasaran modern.

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting karena merupakan kegiatan untuk memasuki dan menguasai pasar sekaligus memaksakan produk pada pasar yang di inginkan. strategi pemasaran adalah kerangka kerja jangka panjang yang memandu seluruh aktivitas teknis dalam pemasaran dimana didasarkan kepada semangat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Berorientasi pelanggan juga berarti mendasarkan strategi pada pelanggan.

Tujuan pemasaran adalah mengenal dan memahami pelanggan sedemikian rupa, sehingga produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Idealnya pemasaran menyebabkan pelanggan siap membeli, sehingga produsen harus berusaha agar produknya tetap tersedia.

Menurut Fandy Tjiptono (2012:22) ada beberapa tujuan yang ingin dicapai melalui pemasaran diantaranya:

1. Menciptakan kepuasan pelanggan melalui produk-produk yang berkualitas.
2. Meningkatkan kompetensi perusahaan terkait dengan pemasaran.
3. Menjawab tantangan kompetisi dalam dunia bisnis.
4. Menjalin relasi jangka panjang antara perusahaan dengan konsumen.
5. Memperoleh laba melalui perubahan dunia bisnis yang pesat.

a) Service Quality

Menurut Mulyono (2008 :13) *“Service quality* menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan konsumen.”

Service quality merupakan pemenuhan dari harapan konsumen atau kebutuhan konsumen yang membandingkan antara hasil dengan harapan dan menentukan apakah konsumen sudah menerima layanan yang berkualitas.

Menurut Kotler & Keller (2016:442) mengemukakan,:

“A service is any act or performance one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical product. Increasingly, manufacturers, distributors, and

retailers are providing value-added services, or simply excellent customer service, to differentiate themselves”

b) *Tangible*

Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan pemberi jasa. *Tangible* tersebut meliputi penampilan fisik, peralatan medis, karyawan, perawat, media komunikasi dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan pelayanan.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009:78) “*tangibles* yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.”

c) *Reliability*

Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009:101) “*reliability* adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.”

d) *Responseveness*

Kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan kepada pelanggan memberikan pelanggan suatu kepuasan.

Menurut Kotler (2011:199) “*responsiveness* adalah kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat.”

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009: 55) *responsiveness* adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada para konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas. Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen dapat meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan.

e) *Assurance*

Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi kredibilitas, dan keamanan bagi pelanggan. Sehingga kepuasan dan loyalitas pelanggan semakin meningkat.

Menurut Kotler (2011:199) “*assurance* adalah pengetahuan terhadap produk secara tepat, kesopanan-santunan karyawan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberi pelayanan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan konsumen terhadap perusahaan.”

f) *Empathy*

Perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Menurut Fandy (2012:40) “*empathy* adalah ketetapan mempedulikan serta perhatian secara pribadi ke konsumen seperti jam kerja, perhatian dalam pelayanan, menjadikan konsumen tertarik kepada perusahaan, perhatian kepada konsumen dan kebutuhan konsumen.”

Menurut Parasuraman dalam Ramdan (2008:90) terdapat 3 atribut dalam *assurance* yaitu:

- a. Komunikasi yang baik terhadap konsumen
- b. Mengetahui keinginan konsumen

c. Tersedia layanan keluhan konsumen

1. Kepuasan Konsumen

Perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal ini. Pihak yang paling banyak berhubungan langsung dengan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah pemasar, konsumen, konsumen, dan peneliti perilaku konsumen.

Tjiptono (2012:24) “menyatakan bahwa kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.”

Jurnal Dewi dkk (2010:115) “kepuasan pelanggan adalah kunci utama terjadinya hubungan antara perusahaan dengan pelanggan.”

3. Hipotesis

Hipotesis merupakan proporsi keilmuan yang disimpulkan dari kerangka konseptual dan merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti yang dapat diuji berdasarkan fakta empiris. Berdasarkan latar belakang masalah perumusan masalah, maka yang menjadi hipotesis adalah:

H₁ : *Service Quality* yang terdiri dari *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di Puskesmas Perangat.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini melibatkan tujuh variabel yang terdiri atas dua variabel terikat (dependen) dan lima variabel bebas (independen). Variabel bebas tersebut adalah *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*. Sedangkan variabel terikat adalah Kepuasan Pasien. Adapun definisi dari masing-masing variabel tersebut sebagai berikut:

1. *Tangible* (berwujud) (X₁) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
Indikator variabelnya :
 - a. Kebersihan ruang puskesmas
 - b. Fasilitas kesehatan yang memadai
 - c. Karyawan berpenampilan rapi
2. *Reliability* (kehandalan) (X₂) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat.
Indikator variabelnya :
 - a. Prosedur layanan cepat dan tidak berbelit-belit
 - b. Penanganan pasien cepat dan tepat
 - c. Layanan yang adil tanpa memandang status sosial dan ekonomi
3. *Responsiveness* (ketanggapan) (X₃) yaitu pemberian pelayanan secara cepat dan tanggap. Indikator variabelnya :
 - a. Dokter / perawat tanggap terhadap keluhan pasien
 - b. Dokter memberi penjelasan tentang penyakit pasien dengan rinci
 - c. Perawat cekatan dalam memberikan pertolongan pertama.

4. *Assurance* (jaminan) (X_4) yaitu pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai puskesmas untuk menumbuhkan rasa percaya para pasien kepada perusahaan. Indikator variabelnya :
 - a. Dokter mendiagnosa penyakit dengan tepat
 - b. Dokter memberikan penjelasan yang rinci atas tindakan yang akan dilakukan terhadap pasien
 - c. Dokter memberikan terapi (pengobatan) terhadap penyakit pasien dengan tepat.
5. *Empathy* (Empati) (X_5) yaitu ketetapan mempedulikan serta perhatian secara pribadi ke pasien seperti jam kerja, perhatian dalam pelayanan, menjadikan pasien tertarik kepada perusahaan, perhatian kepada pasien dan kebutuhan pasien. Indikator variabelnya :
 - a. Dokter dapat menenangkan pasien
 - b. Pasien dengan mudah mendapatkan informasi kesehatan.
 - c. Menghibur dan memberikan dorongan kepada pasien
6. Kepuasan Pasien rawat inap (Y_1) suatu tingkatan di mana perkiraan kinerja jasa sesuai dengan harapan pasien. Indikator variabelnya:
 - a. Puas dengan kecepatan, ketepatan serta kehandalan dalam pelayanan
 - b. Puas terhadap informasi yang diberikan dokter/perawat
 - c. Pelayanan yang sopan dan ramah

1. Tehnik Pengumpulan Data

Menurut Sugiono (2010:134) “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi dan pendapat seseorang atau kelompok orang tentang sebuah fenomena sosial.”

Penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah Metode angket (kuesioner), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk diberi jawaban dengan menggunakan skala likert sebagai berikut :

Sangat Setuju	:	5
Setuju	:	4
Netral	:	3
Tidak Setuju	:	2
Sangat Tidak Setuju	:	1

2. Populasi dan Sampel

Penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sampel acak (*probabilitas sampling*) yaitu metode pemilihan sampel, dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Kriteria utamanya yakni kepada pasien yang menggunakan jasa pelayanan pada penelitian ini dimulai dari umur 20tahun sampai umur 40tahun. Maka diambil 60 responden, dengan cara penyebaran kuesioner pada pasien yang menggunakan jasa pelayanan tersebut.

3. Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan untuk meneliti penelitian ini yaitu menggunakan

analisis regresi linear berganda.

Analisis data merupakan langkah yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Tujuannya adalah untuk mendapat kesimpulan dari hasil penelitian. Untuk mengetahui pengaruh *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* terhadap kepuasan pasien rawat inap di puskesmas Perangat. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda merupakan data hasil pengamatan variabel terikat (Y) yang dipengaruhi variabel bebas X_1, X_2, \dots, X_n , sehingga rumus umum dari regresi linear berganda ini adalah :

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

Dengan keterangan :

Y = Kepuasan Pasien

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X_1 = *Tangible*

X_2 = *Reliability*

X_3 = *Responsiveness*

X_4 = *Assurance*

X_5 = *Empathy*

4. Pengujian Hipotesis

- Perhitungan koefisien korelasi (R) digunakan untuk mengetahui kuatnya pengaruh antara variable bebas dan tidak bebas.
- Perhitungan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variabel atau lebih. Semakin besar nilai R^2 maka semakin besar pengaruh antara variabel yang tidak bebas dengan variabel bebas.
- Uji F (serentak) digunakan untuk mengetahui apakah koefisien jalur variabel bebas mempunyai pengaruh atau tidak terhadap variabel tidak bebas.

Menurut Sugiono (2005 : 266) Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Jika F hitung < F tabel, maka independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika F hitung > F tabel, maka variabel independen mempunyai hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen.

- Uji t (parsial) digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh atau tidak terhadap variabel tidak bebas.

Menurut Sugiono (2005 : 264) Uji T digunakan untuk menguji sendiri-sendiri secara signifikan hubungan antara variable independen (variabel X) dengan variabel (Y). Uji T dirumuskan sebagai berikut :

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r)^2}}$$

Dimana :

t = obeservasi

r = koefisien

n = banyaknya observasi

Dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$) syaratnya : Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel independen berpengaruh dan nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel independen signifikan. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka variabel independen tidak berpengaruh dan nilai signifikan $> 0,05$ maka variabel independen tidak signifikan.

HASIL PENELITIAN

Dari 60 data pasien yang dijadikan responden diperoleh karakteristik responden sebagai berikut :

Tabel.1: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Org)	Persentase (%)
	Laki - Laki	35	58.33%
2	Perempuan	25	41.67%
	Total	60	100%

Sumber : Data Olahan, 2018

Sebanyak 35 responden atau 58,33% responden adalah berjenis kelamin laki-laki dan 25 responden atau 41,67% responden adalah berjenis kelamin perempuan.

Tabel. 2: Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur (tahun)	Jumlah (Org)	Persentase (%)
1	18-23	12	20%
2	24-35	13	21.66%
3	30-35	15	25%
4	36-40	10	16.67%
5	41-48	10	16.67%
	Total	60	100%

Sumber : Data Olahan, 2018

Dilihat dari segi usia diketahui bahwa 12 responden atau 20% responden berumur 18-23 tahun, 13 responden atau 21,66% responden berumur 24-35 tahun, 15 responden atau 25% responden berumur 30-35 tahun, 10 responden atau 16,67% responden berumur 36-40 tahun dan 10 responden atau 16,67% responden berumur 41-48 tahun.

**Tabel.3: Coefficients
Coefficientsa**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.685	.549		3.070	.003
	Tangible	.096	.142	.095	.679	.500
	Reliability	-.301	.100	-.318	-3.007	.004
	Responsiveness	.446	.077	.431	5.804	.000
	Assurance	.702	.093	.738	7.533	.000
	Empathy	-.376	.151	-.312	-2.495	.016

a. Dependent Variable: Kep.Pasien

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan hasil perhitungan seperti terlihat pada tabel 5.11 di atas maka menghasilkan persamaan sebagai berikut :

$$Y = 1.685 + 0.095 X_1 - 0.318 X_2 + 0.431 X_3 + 0.738 X_4 - 0.312 X_5 + e$$

Persamaan regresi tersebut menerangkan bahwa nilai konstan sebesar 1.685 artinya jika variabel independen *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiviness* (X_3), *Assurance* (X_4), dan *Empathy* (X_5) tidak ada maka Kepuasan Pasien mengalami kenaikan sebesar 1.685.

Berdasarkan hasil perhitungan secara persial dapat diketahui :

- a. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *Tangible* (X_1) memiliki t hitung sebesar -0.679 < dari t tabel sebesar 2.00488 dengan tingkat signifikan sebesar 0,500 > 0,05 yang berarti variabel *Tangible* (X_1) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien dan dapat diketahui pengaruh variabel *Tangible* (X_1) terhadap Kepuasan Pasien (Y) adalah sebesar 0.095
- b. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *Reliability* (X_2), memiliki t hitung sebesar -3.007 < dari t tabel sebesar 2.00488 dengan tingkat signifikan sebesar 0.004 < 0,05 yang berarti variabel *Reliability* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien dan dapat diketahui pengaruh variabel *Reliability* (X_2) terhadap Kepuasan Pasien (Y) adalah sebesar -0.318.
- c. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *Responsiviness* (X_3), memiliki t hitung sebesar 5.804 > dari t tabel sebesar 2.00488 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000 < 0,05 yang berarti variabel *Responsiviness* (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien dan dapat diketahui pengaruh variabel *Responsiviness* (X_3) terhadap Kepuasan Pasien (Y) adalah sebesar 0.431.
- d. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *Assurance* (X_4) memiliki t hitung sebesar 7.533 > dari t tabel sebesar 2.00488 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti variabel *Assurance* (X_4) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien dan dapat diketahui pengaruh variabel *Assurance* (X_4) terhadap Kepuasan Pasien (Y) adalah sebesar 0.738.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *Empathy* (X_5) memiliki t hitung sebesar -2.495 < dari t tabel sebesar 2.00488 dengan tingkat signifikan sebesar 0,016 < 0,05 yang berarti variabel *Empathy* (X_5) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien dan dapat diketahui hubungan variabel *Empathy* (X_5) terhadap Kepuasan Pasien (Y) adalah sebesar -0,312.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *Tangible* (X_1) memiliki t hitung sebesar -0.679 < dari t tabel sebesar 2.00488 dengan tingkat signifikan sebesar 0,500 > 0,05 yang berarti variabel *Tangible* (X_1) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien dan dapat disimpulkan hipotesis ditolak
- b. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *Reliability* (X_2), memiliki t hitung sebesar -3.007 < dari t tabel sebesar 2.00488 dengan tingkat signifikan sebesar 0.004 < 0,05

yang berarti variabel *Reliability* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien dan dapat disimpulkan hipotesis diterima.

- c. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *Responsiviness* (X_3), memiliki t hitung sebesar 5.804 > dari t tabel sebesar 2.00488 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000 < 0,05 yang berarti variabel *Responsiviness* (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien dan dapat disimpulkan hipotesis diterima.
- d. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *Assurance* (X_4) memiliki t hitung sebesar 7.533 > dari t tabel sebesar 2.00488 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti variabel *Assurance* (X_4) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien dan dapat disimpulkan hipotesis diterima.
- e. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *Empathy* (X_5) memiliki t hitung sebesar -2.495 < dari t tabel sebesar 2.00488 dengan tingkat signifikan sebesar 0,016 < 0,05 yang berarti variabel *Empathy* (X_5) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien dan dapat disimpulkan hipotesis diterima.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dapat disarankan sebagai berikut :

- a. Bagi manajemen Puskemas Peranat agar lebih memperhatikan faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pasien rawat inap.
- b. Bagi pihak manajemen, agar selalu lebih meningkatkan pengelolaan kinerja perusahaan agar lebih efektif dan efisien untuk meningkatkan *Tangible, Reliability, Responsiviness, Assurance* dan *Empathy*.
- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengarahkan penelitian objek penelitian yang lebih luas dengan mengambil sampel yang lebih banyak atau menambah tahun pengamatan, sehingga hasil penelitian menjadi lebih baik karena unsur keterwakilan data yang lebih tinggi dibandingkan pengambilan sampel yang lebih sedikit.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Dwi dan Rosinta, Febrina. 2010. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi. Volume 17, Nomor 2 hlm.114-126.
- Keller, Kotler. 2009. *Marketing Management, Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta.
- _____.2011. *Principles of Marketing FE*. Jilid 2. Terjemahan Drs.Alexander Sindoro Prenhallindo. Jakarta.
- _____.2016. *Principles of Marketing FE*. Jilid 4. Terjemahan Drs.Alexander Sindoro Prenhallindo. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, 2009: *Manajemen Pemasaran Jasa*. E. Jakarta:

Salemba Empat.

Mulyono, 2008, *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*, Yogyakarta, Ar Ruzz Media Group.

Ramdan. 2008. *Hubungan Kualitas Jasas dan Kepuasan Konsumen* (<http://asep-m-ramdan.blogspot.com>)

Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Andi Offset. Yogyakarta