

## ABSTRAK

Dewasa ini industri jasa mengalami perkembangan yang cukup pesat. Pemasaran pada awalnya dikembangkan berhubungan dengan penjualan barang fisik atau berwujud. Salah satu perkembangan besar yang terjadi dewasa ini adalah gejala pertumbuhan industri jasa. Bisa dimengerti bila semakin banyak minat untuk mengetahui bagaimana jasa harus dipasarkan. Dengan banyaknya persaingan di bidang jasa pada saat ini, semakin lama terasa semakin tajam, hal ini tampak dari banyaknya perusahaan yang berdiri dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Dengan adanya persaingan ini, maka setiap perusahaan dituntut untuk lebih berusaha dalam melakukan kegiatan pemasarannya.

Sifat perusahaan yang menghasilkan jasa ialah bahwa jasa itu tidak bisa ditimbun atau ditumpuk di gudang, seperti barang-barang lainnya sambil menunggu penjualan. Karena salah satu sifat yang demikian, banyak perusahaan yang mengalami kesulitan untuk mengembangkan perusahaan yang bergerak di sektor jasa.

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Sedangkan Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya mungkin saja terkait atau mungkin juga tidak terkait dengan produk fisik

Penulis mengadakan penelitian pada KLINIK MULIA yang berlokasi di Jalan Panjunan No. 17 Bandung, yang bergerak di dalam jasa pelayanan kesehatan. Dalam melakukan penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Field Research ( penelitian Lapangan), Library Research (penelitian Kepustakaan) dan pengukuran kepuasan dengan Diagram Kartesius. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang telah dilakukan oleh pihak Klinik Mulia telah berjalan dengan baik sebagaimana terlihat dalam diagram tersebut sudah terdapat point-point yang banyak terdapat di kuadran 2 dan 3 yakni sudah baik dan perlu dipertahankan dan juga sudah ada pelayanan yang cukup memuaskan dari Klinik Mulia dan konsumen sudah merasa cukup dengan pelayanan tersebut, juga beberapa dari kuadran 1 yang perlu lebih dikembangkan oleh Klinik Mulia agar dapat lebih memuaskan konsumennya dalam masa yang akan datang.

Key Words : Kualitas, Kepuasan, Jasa.

## ABSTRACT

In this days, services Industries have been improved high enough. Marketing at the first is improved with the same way with sales of physical product or tangible product. One of the biggest improvement happened at this days is the improvement of services industries. It can be understood if more interest for knowing how services must be sold or must be in the market. With so many competitions in services industries in this days, its going sharper as the time past by, this thing can seen from the many company has stood in order to fulfill the need and wants of human being. With this competition, every company is forced for more and more doing something in they marketing.

The attitude of the company which produce services is the services can not be hold or keep in the warehouse, like the other product as the time for selling is come. With the attitude like that, many company has faced so many problems to improve their company which move in the services sector.

Marketing is a social and managerial process which inside it is an individual and group has what they need and what they want with creating, offering and trading a product which has a value with other people. And a service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything it's production may or may, not be tied to a physical product.

The writer did this research at KLINIK MULIA which located at Jalan Panjunan No.17 Bandung, this clinic moved in services sector of health care. At this research, the writing method used is the analysis descriptical with case study. And the other is data collection technique used in this research is Field Research, Library Research, and satisfaction measure with Cartesius Diagram. Based on the results of the research, it can be said that the services quality did by the KLINIK MULIA is going well, it can be seen in that diagram has a lot of points in second and third quadran which explain that the quality of health care service by KLINIK MULIA so far so good, just need to maintain it quality and many consumer has satisfied with its services, and a few points is located at first diagram, it means the clinic must improved that sector so the consumer can be more satisfied in the future

Keywords : Quality, Satisfaction, Services,

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.2 Pengertian Pemasaran.....	8
2.3 Konsep Inti Pemasaran.....	8
2.3.1 Pengertian Konsep Inti Pemasaran.....	8
2.3.2 Unsur-unsur Konsep Inti Pemasaran.....	8
2.4 Konsep Pemasaran.....	11
2.4.1 Pengertian Konsep Pemasaran.....	11
2.4.2 Konsep Pemasaran yang Berorientasi Pada Kepuasan Konsumen.....	11

2.5 Marketing Mix.....	12
2.5.1 Pengertian Marketing Mix.....	12
2.5.2 Variabel / Unsur Marketing Mix.....	12
2.6 Pengertian Produk.....	16
2.7 Pengertian, Karakteristik, Klasifikasi, dan Jenis – jenis Jasa.....	17
2.7.1 Pengertian Jasa.....	17
2.7.2 Karakteristik Jasa.....	18
2.7.3 Ciri-Ciri Jasa.....	20
2.7.4 Klasifikasi Jasa.....	21
2.7.5 Jenis-jenis Jasa.....	25
2.8 Strategi Pemasaran Bagi Perusahaan Jasa.....	27
2.8.1 Melakukan Diferensiasi Kompetitif.....	29
2.8.2 Mengelola Kualitas Jasa.....	30
2.8.3 Mengelola Produktivitas.....	33
2.8.4 Strategi Mengelola Permintaan Jasa.....	34
2.8.5 Strategi Mengelola Penawaran Jasa.....	34
2.9 Pengertian Kualitas dan Kualitas Pelayanan.....	34
2.9.1 Prinsip Dasar Kualitas Pelayanan.....	35
2.9.2 Dimensi Kualitas Jasa.....	36
2.10 Perilaku Konsumen.....	38
2.10.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	38
2.10.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen..	38
2.10.3 Proses Keputusan Pembelian.....	39

2.11. Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.....	40
2.11.1 Pelayanan Pelanggan.....	40
2.11.2 Pentingnya Kepuasan Konsumen.....	43
2.11.3 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	45
2.11.4 Indikator Kepuasan Konsumen.....	45
2.11.5 Konsep Kepuasan Konsumen.....	46
2.11.6 Strategi Kepuasan Pelanggan.....	46
2.11.7 Implikasi Kepuasan Konsumen.....	47
2.12 Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.....	47
2.13 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian.....	48
2.13.1. Kerangka Pemikiran.....	48
2.13.2. Hipotesis Penelitian.....	59
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....</b>	<b>60</b>
3.1 Objek Penelitian.....	60
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	60
3.2 Metode Penelitian.....	62
3.2.1 Desain Penelitian.....	62
3.2.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	62
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	62
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.2.5 Metode Pengumpulan Data.....	64
3.2.6 Teknik Analisis Data.....	67

3.2.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	71
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>72</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	72
4.2 Pembahasan.....	73
4.2.1 Tujuan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Mulia.....	73
4.3 Analisis Profil Responden Klinik Mulia Bandung.....	74
4.3.1 Jenis Kelamin Responden Klinik Mulia.....	74
4.3.2 Usia Responden Klinik Mulia.....	75
4.3.3 Status Perkawinan Responden Klinik Mulia.....	75
4.3.4 Pendidikan Terakhir Responden Klinik Mulia.....	76
4.3.5 Jenis Pekerjaan Responden Klinik Mulia.....	77
4.3.6 Lamanya Berlangganan Responden Klinik Mulia.....	77
4.3.7 Tempat tinggal (wilayah) Responden Klinik Mulia.....	78
4.3.8 Intensitas Kedatangan per Bulan Responden Klinik Mulia	79
4.4 Analisis dan Pembahasan Setiap factor / Atribut.....	80
4.4.1 Analisis Keandalan Pelayanan.....	80
4.4.2 Analisis Keresponsifan Pelayanan.....	84
4.4.3 Analisis Keyakinan .....	88
4.4.4 Analisis Empati.....	92
4.4.5 Analisis Berwujud.....	95
4.4.6 Diagram Kartesius.....	99

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran.....	109

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Bauran Pemasaran.....	16
Gambar 2.2	Kualitas Jasa.....	32
Gambar 2.3	Bagan Kerangka Penelitian.....	58
Gambar 3.1	Diagram Kartesius.....	70
Gambar 4.1	Diagram Kartesius dari Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Klinik Mulia.....	103



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	65
Tabel 4.1 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
Tabel 4.2 Komposisi Responden Berdasarkan Usia.....	75
Tabel 4.3 Komposisi Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	76
Tabel 4.4 Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	76
Tabel 4.5 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	77
Tabel 4.6 Komposisi Responden Berdasarkan Lamanya Berlangganan.....	77
Tabel 4.7 Komposisi Responden Berdasarkan Tempat tinggal (wilayah).....	78
Tabel 4.8 Komposisi Responden Berdasarkan Intensitas Kedatangan per Bulan.	79
Tabel 4.9 Tingkat Kepentingan Responden terhadap Prosedur Penerimaan Pasien Yang Cepat dan Tepat.....	80
Tabel 4.10 Penilaian Responden Terhadap Prosedur Penerimaan Pasien Yang Cepat dan Tepat.....	81
Tabel 4.11 Tingkat Kepentingan Responden terhadap Pelayanan pemeriksaan, pengobatan dan perawatan yang cepat dan tepat.....	81
Tabel 4.12 Penilaian Responden Terhadap Pelayanan pemeriksaan, pengobatan dan perawatan yang cepat dan tepat.....	82
Tabel 4.13 Tingkat Kepentingan Responden terhadap Jadwal pelayanan Klinik dijalankan dengan tepat (kunjungan dokter, perawatan, istirahat).....	83

Tabel 4.14	Penilaian Responden Terhadap Jadwal pelayanan Klinik dijalankan dengan tepat (kunjungan dokter, perawatan,istirahat)..	83
Tabel 4.15	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit.....	84
Tabel 4.16	Penilaian Responden Terhadap Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit.....	84
Tabel 4.17	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Kemampuan dokter dan perawat untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pasien...	85
Tabel 4.18	Penilaian Responden Terhadap Kemampuan dokter dan perawat untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pasien.....	85
Tabel 4.19	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Dokter memberikan informasi yang jelas, mudah dimengerti.....	86
Tabel 4.20	Penilaian Responden Terhadap Dokter memberikan informasi yang jelas, mudah dimengerti.....	86
Tabel 4.21	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Tindakan cepat pada saat pasien membutuhkan.....	87
Tabel 4.22	Penilaian Responden Terhadap Tindakan cepat pada saat pasien membutuhkan.....	87
Tabel 4.23	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Pengetahuan dan kemampuan dokter menetapkan diagnosis penyakit.....	88
Tabel 4.24	Penilaian Responden Terhadap Pengetahuan dan kemampuan dokter menetapkan diagnosis penyakit.....	88

Tabel 4.25	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Keterampilan dokter dalam bekerja.....	89
Tabel 4.26	Penilaian Responden Terhadap Keterampilan dokter dalam bekerja	89
Tabel 4.27	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Pelayanan yang sopan dan ramah.....	90
Tabel 4.28	Penilaian Responden Terhadap Pelayanan yang sopan dan ramah..	90
Tabel 4.29	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Jaminan keamanan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan.....	91
Tabel 4.30	Penilaian Responden Terhadap Jaminan keamanan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan.....	91
Tabel 4.31	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Memberikan perhatian secara khusus kepada setiap pasien.....	92
Tabel 4.32	Penilaian Responden Terhadap Memberikan perhatian secara khusus kepada setiap pasien.....	92
Tabel 4.33	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Perhatian terhadap keluhan pasien dan keluarganya.....	93
Tabel 4.34	Penilaian Responden Terhadap Perhatian terhadap keluhan pasien dan keluarganya.....	94
Tabel 4.35	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Pelayanan kepada semua pasien tanpa memandang status social dan lain-lain.....	94
Tabel 4.36	Penilaian Responden Terhadap Pelayanan kepada semua pasien tanpa memandang status social dan lain-lain.....	95

Tabel 4.37	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan.....	96
Tabel 4.38	Penilaian Responden Terhadap Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan.....	96
Tabel 4.39	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Penataan eksterior dan interior ruangan.....	97
Tabel 4.40	Penilaian Responden Terhadap Penataan eksterior dan interior Ruangan.....	97
Tabel 4.41	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Kelengkapan, kesiapan, dan kebersihan alat-alat yang dipakai.....	98
Tabel 4.42	Penilaian Responden Terhadap Kelengkapan, kesiapan, dan kebersihan alat-alat yang dipakai.....	98
Tabel 4.43	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Kerapian dan kebersihan penampilan dokter.....	99
Tabel 4.44	Penilaian Responden Terhadap Kerapian dan kebersihan penampilan dokter.....	99
Tabel 4.45	Perhitungan Rata-Rata dari Penilaian Pelaksanaan dan Penilaian Kepentingan pada Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelanggan Klinik Mulia.....	101