

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sekarang ini tingkat kesadaran masyarakat akan hidup sehat semakin meningkat sehingga kesehatan itu bukan hanya sebagai kebutuhan saja tapi sudah merupakan keinginan dari masyarakat dan banyak lembaga kesehatan berusaha menawarkan jasa pelayanan kesehatan yang terbaik kepada masyarakat. Hal ini menimbulkan persaingan sehingga lembaga kesehatan yang ingin bertahan harus bisa memberikan pelayanan yang di inginkan dan dibutuhkan konsumennya.

Mengingat zaman sudah berubah dimana kemajuan teknologi dan informasi berkembang dengan cepat. Selain dampak positif dari kemajuan tersebut, terdapat pula dampak - dampak negatif yang ada, misalnya dalam hal pangan, pada era modern ini banyak sekali makanan yang sebenarnya tidak baik untuk dikonsumsi, terutama apabila dikonsumsi dalam jumlah yang banyak atau frekuensi yang sering. Makanan tersebut biasa orang sebut 'junk food' . Selain dalam hal pangan banyak dampak dampak negatif lain seperti: polusi udara yang disebabkan asap kendaraan, polusi limbah industri, dan hal hal lain yang berbahaya bagi kesehatan.

Maka dari itu para orang tua pada zaman sekarang ini di tuntut untuk lebih hati hati dalam menjaga kesehatan anaknya, terutama bagi mereka yang memiliki balita atau anak mereka yang masih dibawah umur.

Rumah Sakit Immanuel yang merupakan salah satu Rumah Sakit yang ada di kota Bandung memberikan fasilitas pelayanan Klinik Anak bagi masyarakat yang membutuhkan pelayanan tersebut.

Untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan konsumennya (dalam hal ini pasien), lembaga kesehatan perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang ada, apabila lembaga kesehatan tersebut tidak dapat memenuhi kebutuhan dan apa yang diharapkan pasien nya, maka pasien akan cenderung untuk beralih ke lembaga kesehatan lain yang lebih dianggap dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh sang pasien.

Menurut William J. Stanton dan Charles Furell menyatakan bahwa:

“Pelayanan dapat didefinisikan secara berbeda, secara esensial kegiatan tidak berwujud yang mendukung kepuasan dan yang tidak dibutuhkan dari penjualan sebuah produk. Untuk menciptakan sebuah pelayanan mungkin atau tidak mungkin diwujudkan dalam bentuk barang. Bagaimanapun ketika sesuatu diperlukan, di sana tidak ada perpindahan dari title (kepemilikan secara tetap) dari barang”

Pelayanan sangat penting sebagai alat untuk mencapai tujuan perusahaan (dalam hal ini rumah sakit) karena kekuatan pasar berada ada pada tangan konsumen,

sehingga perusahaan harus lebih memperhatikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Untuk itu, rumah sakit harus menentukan kebutuhan pelanggan dari sudut pandang pelanggan bukan dari sudut pandangnya sendiri.

Apabila suatu perusahaan/lembaga telah mengetahui apa yang menjadi tuntutan konsumen, sudah sewajarnya jika pihak rumah sakit berusaha untuk memenuhi apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumennya. Salah satu strategi perusahaan dalam menarik dan mempertahankan konsumen agar tetap loyal adalah dengan memberikan berbagai pelayanan yang sesuai dalam memenuhi harapan konsumen dan juga memuaskan pihak konsumen.

Dalam melaksanakan pemasaran, pelayanan kualitas pelayanan yang baik merupakan suatu strategi mendasar bagi perusahaan untuk tetap bertahan dan mencapai sukses (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990). Kualitas pelayanan mempunyai dimensi yang terdiri dari : reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance(jaminan), empathy (empati), tangibles (berwujud), misalnya seperti : kehandalan para dokter dalam menangani pasien, sarana dan prasarana yang ada, keramahan dari petugas/ perawat, kondisi lingkungan sekitar, tingkat keamanan lingkungan, dll

Seperti lembaga kesehatan lainnya, RS. Immanuel khususnya pusat diagnostik berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pasiennya, pihak rumah sakit terus meningkatkan kualitas jasa yang ditawarkan, baik meliputi pelayanan medis maupun pelayanan non medis yang lebih baik. Sehingga persepsi dan harapan para

pasien mengenai apa yang mereka butuhkan dan harapkan tercapai, dan adanya kepuasan dari pihak pasien. Gejala ketidakpuasan pasien dapat dilihat dengan adanya keluhan-keluhan dari pasien itu sendiri.

Definisi kepuasan menurut Kotler (1997:36)

“Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan amat puas atau senang”

Agar pasien merasa puas maka pihak rumah sakit harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang apa yang menjadi harapan pasien dan bagaimana penilaian mereka atas pelayanan yang sudah diberikan sehingga dengan demikian kesenjangan yang terjadi dapat diantisipasi dan kepuasan pasien dapat tercapai.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh besar terhadap tingkat kepuasan pelanggan (dalam hal ini pasien Rumah Sakit Immanuel khususnya jasa rawat jalan/ pusat diagnostik), karena konsumen yang puas dengan produk yang dikonsumsinya (dalam hal ini jasa) maka dengan sendirinya konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Klinik Anak Rumah Sakit Immanuel Terhadap Kepuasan Pasien Di Klinik Anak Rumah Sakit Immanuel, Bandung”.

1.2 Identifikasi Masalah

Selama ini RS. Immanuel mempunyai citra yang cukup baik dimata masyarakat khususnya warga Bandung, tetapi pada kenyataannya masih banyak pasien yang sering mengeluh atas atribut- atribut mutu jasa dan pelayanan yang diberikan rumah sakit, misalnya dalam hal prasarana, kelengkapan sarana, kinerja para karyawan dan dokter, dan lain lain, oleh karena itu maka pihak rumah sakit harus dapat memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan para pasiennya, maka masalah dapat di indentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana pandangan/persepsi pasien atas atribut-atribut kualitas pelayanan yang diberikan oleh RS. Immanuel dalam layanan Klinik Anak Rumah Sakit Immanuel?
2. Apa saja dan kualitas pelayanan yang di harapkan oleh pasien di klinik Anak RS. Immanuel?
3. Dimensi kualitas pelayanan mana yang memberikan kepuasan kepada pasien?
4. Sejauh mana kualitas pelayanan klinik anak RS. Immanuel memberi kepuasan terhadap pasien

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pandangan/pasien atas atribut-atribut kualitas pelayanan yang diberikan oleh Klinik Anak Rumah Sakit Immanuel
2. Mengetahui hal hal dari kualitas pelayanan yang di harapkan oleh pasien di Klinik Anak Rumah Sakit Immanuel

3. Mengetahui dimensi kualitas pelayanan mana yang memberikan kepuasan kepada pasien
4. Mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan Klinik Anak RS. Immanuel terhadap kepuasan pasien

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi:

1. Bagi Penulis sendiri

Menambah pengetahuan dan wawasan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya menyangkut masalah kualitas suatu pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Bagi Pihak Rumah Sakit Immanuel,

Memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak Rumah Sakit Immanuel mengenai kualitas pelayanan di Klinik Anak Sakit Immanuel, diharapkan dengan adanya penelitian ini rumah sakit dapat meningkat kualitas pelayanannya

3. Bagi Rekan-rekan mahasiswa dan pihak lain,

Memberikan tambahan pengetahuan dalam bidang ekonomi khususnya manajemen pemasaran dan membantu dalam penelitian berikutnya.

1.5 Kerangka Pemikiran

Segala usaha dilakukan perusahaan untuk memuaskan konsumen, konsumen yang puas akan mempunyai sikap yang loyal terhadap perusahaan itu sendiri.

Untuk menghadapi persaingan yang cukup ketat dalam bidang pelayanan kesehatan, di butuhkan strategi bagi rumah sakit agar tetap bertahan dalam menghadapi persaingan tersebut.

Philip Kotler mendefinisikan kepuasan sebagai: Satisfaction is a person feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing product's perceived performance (outcome) in relation to his or her expectation.

Dari definsi diatas dapat dilihat bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa dari seseorang, merupakan hasil dari selisih kenyataan (perfoma) yang dia dapatkan dengan harapan-harapannya.

$$S = f(E, P)$$

Dimana S = Tingkat kepuasan konsumen (consumer satisfaction)

E = Harapan konsumen (consumer expectation)

P = Kenyataan yang dirasakan (perceived performance)

Jika $E > P$ konsumen merasa tidak puas

Jika $E = P$ konsumen merasa puas

Jika $E < P$ konsumen merasa sangat puas

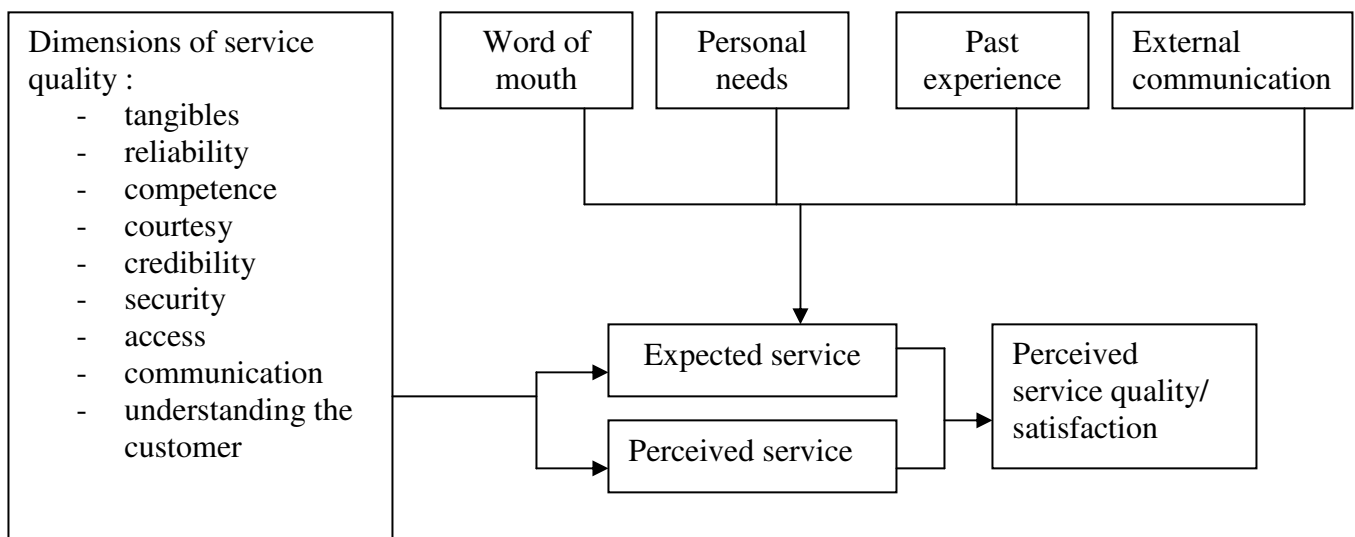
Harapan sendiri terbentuk karena faktor-faktor berikut

1. Word of mouth communication

2. Personal needs
3. Past experience
4. External communication and consumer

Gambar 1.1

Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan



Konsumen yang puas dengan pelayanan yang diberikan selain akan mengadakan kunjungan kembali juga akan memberikan word of mouth sesuatu yang baik tentang produk tersebut kepada orang lain (Kotler 2000:48), A highly satisfied customer

1. *stay loyal longer*
2. *buy more as company introduces new products and upgrade exiting products*
3. *talk favorably about the company and its product*

4. *pay less attention to competing brand and advertising and is less sensitive to price*
5. *offers product or service ideas to the company*
6. *cost less to serve than new customer because transaction or routinized*

Definisi :

1. Tetap loyal
2. Selalu membeli ketika perusahaan memperkenalkan produk barunya dan pengembangan produk nya.
3. Selalu membicarakan perusahaan dan produknya
4. Tidak terlalu memperhatikan / peduli terhadap merek lain dan iklan juga tidak sensitive terhadap harga
5. Memberikan saran pada perusahaan
6. Pelayanan lebih murah dibanding kostumer baru karena transaksi berjalan rutin

Rumah sakit sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa memiliki karakter yang berbeda dari perusahaan perusahaan penghasil produk, maka dalam menghadapi persaingan strategi yang perlu dilakukannya pun berbeda

Perusahaan jasa menghadapi 3 macam tugas yaitu:

- 1.Meningkatkan deferensiasi pengolahan jasa
- 2.Mengelola mutu pelayanan
- 3.Mengelola produktivitas

Mengelola kualitas pelayanan merupakan salah satu cara utama yang membedakan suatu perusahaan jasa dengan pesaingnya, karena konsumen akan lebih loyal kepada perusahaan yang secara konsisten memberikan kualitas yang lebih baik dari pesaingnya.

Untuk menyediakan kualitas jasa yang sesuai dengan keinginan konsumen, pihak rumah sakit harus bisa memperhatikan tingkat kepuasan konsumen yang ditentukan oleh harapan mereka atas jasa yang ditawarkan rumah sakit dan juga persepsi mereka tentang kualitas jasa yang sudah diberikan. Kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi akan mempengaruhi kepuasan konsumen, semakin besar kesenjangan berarti semakin rendah tingkat kepuasan konsumen. Hal ini perlu diperhatikan oleh penyedia jasa supaya bila terjadi kesenjangan dapat segera diatasi dan diminimalisasikan.

Ada lima jenis kesenjangan yang menyebabkan layanan tidak berhasil, yaitu :
(Parasuraman, Zeithaml, and Berry, 1991:240)

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen tentang harapan konsumen.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen tentang harapan konsumen dan spesifikasi mutu pelayanan.
3. Kesenjangan antara spesifikasi mutu pelayanan dan penyampaian jasa yang sebenarnya.

4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal tentang jasa tersebut.
5. Kesenjangan antara mutu pelayanan yang dirasakan oleh konsumen dan mutu pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.

Lima dimensi yang mewakili kualitas jasa (Parasuraman, Zeithaml, and Berry,1990:26) yaitu:

1. Reliability (kerterandalan) : kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat
2. responsiveness (daya tangkap) : kemampuan untuk membantu pelanggan dan menyediakan jasa dengan cepat dan tanggap
3. assurance (kepastian / jaminan) : pengetahuan karyawan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan
4. empathy (empati) : kesedian untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan
5. tangibles (tampilan fisik) : penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan materi komunikasi

Untuk menganalisis data penulis akan menggunakan peta posisi importance – performance yaitu sebuah peta berupa kuadran yang terbagi empat yang diberi nama serta memiliki arti sendiri dari setiap kuadranya

Analisis peta ini digunakan dengan tujuan untuk menggambarkan perbandingan antara pelayanan rumah sakit dan harapan yang diinginkan oleh pasien, yaitu dengan menghitung nilai relative dan rata rata performance dan importance

Peta posisi importance – performance (John A. Martila & John C. James 1997 : 71 – 79)

A. priorities for improvements

Menunjukkan factor atau atribut yan dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsure unsure jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga konsumen tidak puas

B. Keep up the good work

Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan. Oleh karena itu wajib dipertahankan dan dianggap sangat penting dan memuaskan

C. Lowest priority

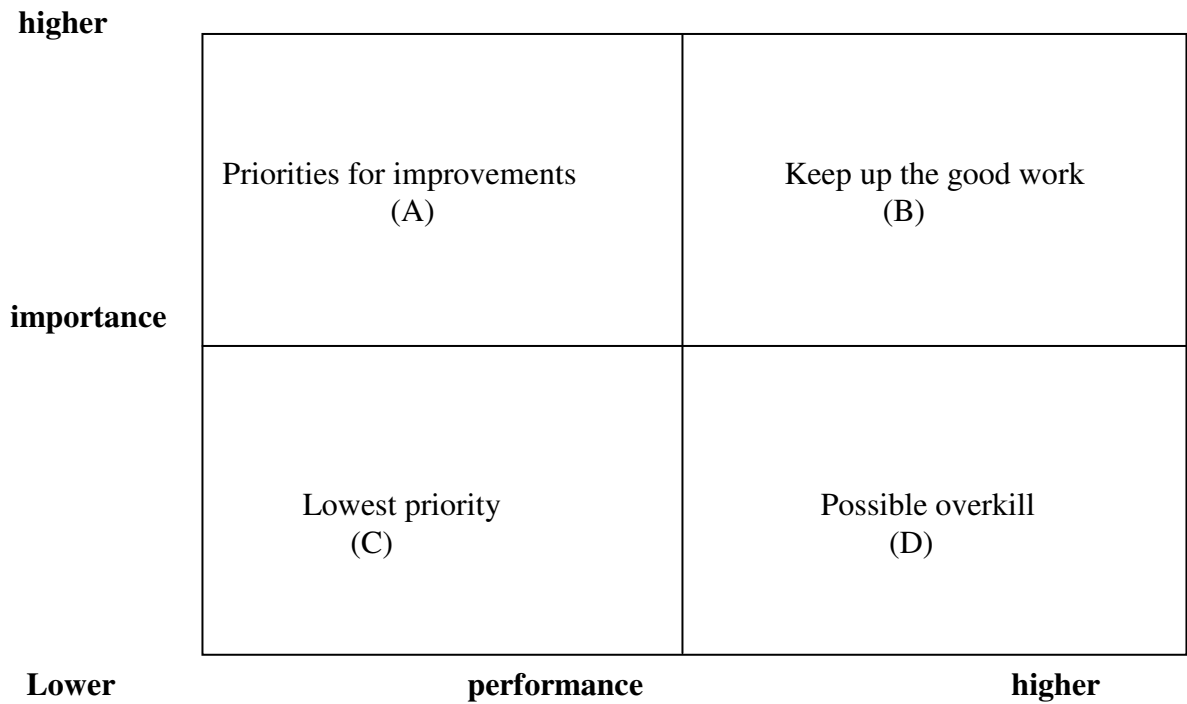
Menunjukkan beberapa factor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja, dianggap kurang penting dan memuaskan

D. Possible overkill

Menunjukkan factor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan

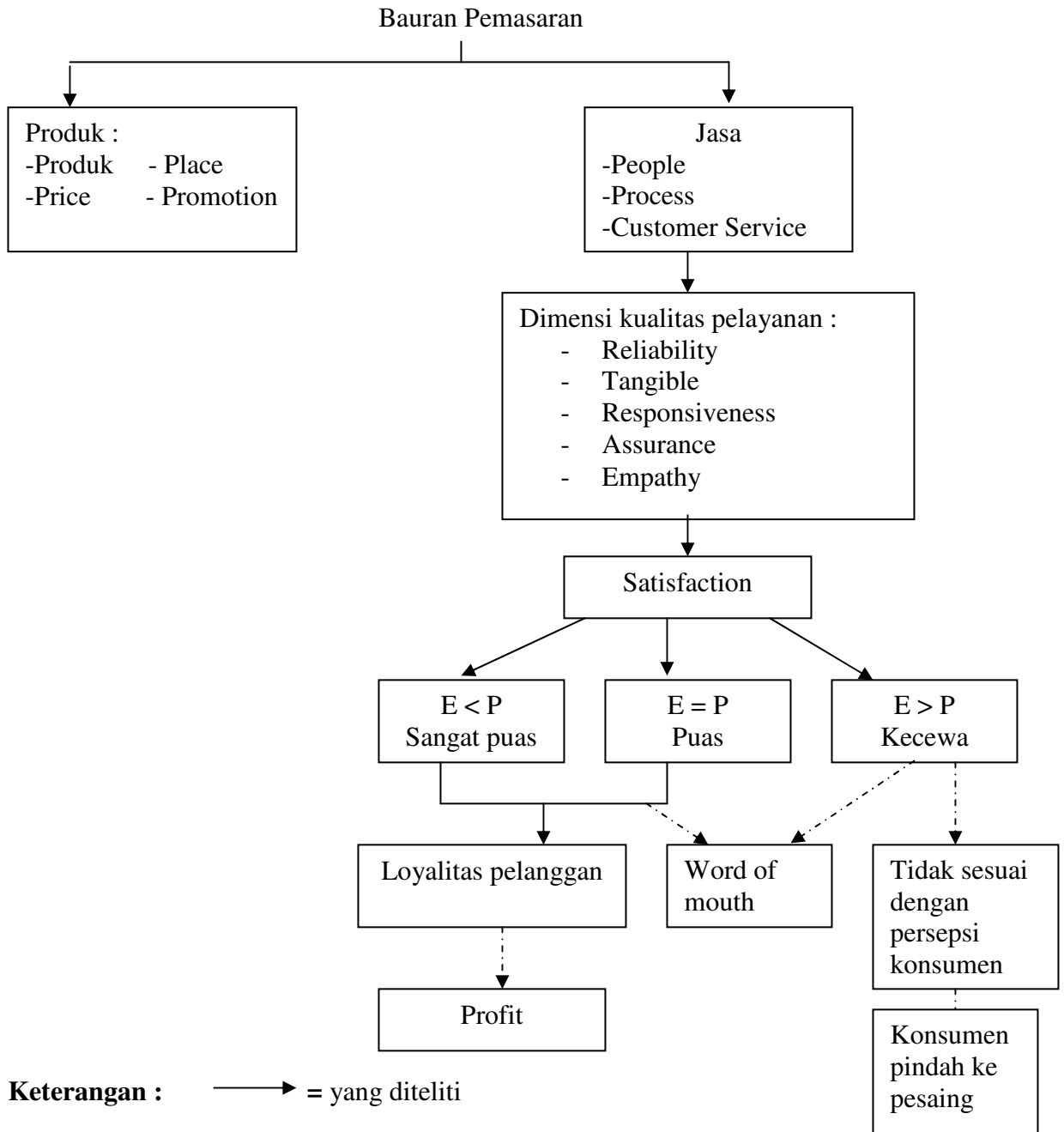
Gambar 1.2

Peta Posisi Importance Performance Analisis



Sumber : Kotler, Philip, Marketing Management: Prenhall, p.40

Skema kerangka pemikiran



1.6 Hipotesis

Dalam penelitian ini digunakan pengertian kualitas pelayanan dan dimensi pelayanan dilihat dari sudut pandang pemakai jasa (user based) yaitu pelanggan dan penghasil jasa (menu factoring based) yaitu perusahaan. Setelah mendapat pelayanan, pasien akan mengalami kepuasan atau ketidakpuasan.

1.7 Definisi Variabel

Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi

1. Variabel x (variabel bebas) yaitu hasil pengurangan antara persepsi pasien (kenyataan yang dirasakan) terhadap dimensi kualitas jasa dengan ekspektasi konsumen terhadap dimensi kualitas jasa tersebut
2. Variabel y (variabel terikat) yaitu kepuasan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan oleh rumah sakit dengan ditandai dengan adanya sikap positif

1.8 Operasional variabel

Tabel 1.1

Variable	Sub Variable	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas	Tangible	Ciri atau sifat	1.Lokasi klinik	Tingkat	Ordinal

<p>pelayanan (variabel bebas) variabel x</p>	<p>(berwujud)</p>	<p>pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat</p>	<p>mudah di jangkau 2.Kebersihan dan kerapihan lingkungan rumah sakit Immanuel 3.Keluasan lingkungan rumah sakit Immanuel 4.Tersedia apotik di RS Immanuel 5.Kelengkapan peralatan medis 6. Tarif Rumah Sakit yang</p>	<p>kemudahan dalam menjangkau lokasi Tingkat kebersihan dan kerapihan Tingkat keluasan lingkungan Tingkat kelengkapan sarana Tingkat harga</p>	
--	-------------------	---	---	---	--

			bersaing / tidak mahal 7. Fasilitas yang diberikan klinik Anak Rumah Sakit Immanuel	Tingkat kelengkapan fasilitas	
	Reability (kehandalan)	Kemampuan memberikan pelayanan dengan akurat dan memuaskan	1.Ketepatan terhadap penanganan pasien 2.Kemudahan mendapatkan penanganan medis 3.Pemahaman dan ketepatan perawat dalam	Tingkat ketepatan terhadap penanganan pasien Tingkat kemudahan mendapatkan penanganan medis Tingkat kemampuan perawat	Ordinal

			<p>penyakit keluhan pasien</p> <p>4.Kemampuan dokter dalam mendiagnosis penyakit</p> <p>Adanya</p> <p>5.Program Klinik Anak yang membuat anak-anak merasa sen.</p> <p>6.Penyampaian informasi oleh petugas jelas dan mudah dimengerti</p>	<p>Tingkat kemampuan mendiagnosis</p> <p>Tingkat variasi program</p> <p>Tingkat kejelasan penyampaian informasi</p>	
	Responsiveness (daya tangkap)	Keinginan staf untuk	1.Kecepatan untuk	Tingkat kecepatan	Ordinal

		<p>membantu pasien & memberikan pelayanan dengan tanggap</p>	<p>mendapatkan pelayanan dari dokter atau perawat</p> <p>2.Kelancaran komunikasi antara dokter /perawat dan pasien</p> <p>3.Perawat yang memiliki kemampuan cepat tanggap terhadap permintaan pasien</p> <p>4.Kemampuan dokter dan perawat dalam menangani</p>	<p>pelayanan dokter atau perawat</p> <p>Tingkat kelancaran komunikasi antara dokter /perawat dan pasien</p> <p>Tingkat kemampuan perawat</p> <p>Tingkat kemampuan dokter dan perawat dalam</p>	
--	--	--	--	--	--

			keluhan dan membuat pasien merasa aman	menangani keluhan dan membuat pasien merasa aman	
	Assurance (jaminan)	Pengatahuan ,kesopanan, kemampuan tim medis untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada pasien	1.Informasi mengenai tarif berobat 2.Fasilitas keamanan kendaraan saat parkir 3.Persediaan fasilitas ruang tunggu seperti : TV, bacaan, toilet,dll 4.Kesopanan sikap perawat 5.Ketepatan kedatangan	Tingkat kelengkapan informasi mengenai tariff Tingkat keamanan Tingkat kelengkapan fasilitas Tingkat kesopanan Tingkat ketepatan	Ordinal

			para dokter 6. Kejelasan informasi mengenai jadwal untuk memeriksa pasien	kedatangan dokter Tingkat kejelasan informasi	
	Empathy (empati)	Kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pasien	1. Kemudahan sistem pendaftaran di rumah sakit Immanuel 2. Keramahan dokter, perawat, memahami kebutuhan pasien 3. Kepedulian dokter,	Tingkat kemudahan system pendaftaran Tingkat keramahan Tingkat kepedulian	Ordinal

			perawat, karyawan terhadap pasien		
			4.Dokter memberikan keterangan yang jelas & dengan istilah yang mudah dimengerti oleh para pasien	Tingkat kejelasan pemberian informasi	
			5.Kesabaran dokter dalam menangani pasien	Tingkat kesabaran	
			6.Keakraban dokter dengan pasien	Tingkat keakraban	
			7.Dokter	Tingkat	

			memberikan keterangan yang jelas dan dengan istilah yang mudah dimengerti 8.Kenyamanan dalam menunggu antrian	kejelasan dokter dalam memberikan keterangan	
Kepuasan konsumen (variabel tidak bebas) variabel y	Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan pasien	1.Kesesuaian keinginan pasien dengan keinginan pasien 2.Fasilitas atau program yang diberikan cukup baik 3.keinginan		1.Sangat penting (sp) 2.Penting (p) 3.Cukup penting (cp) 4.Tidak penting (tp) 5.Sangat tidak penting (stp)	Ordinal

		<p>pasien menggunakan jasa 4.Pengaruh orang lain dalam menggunakan jasa 5.Keinginan menggunakan jasa itu</p>			
--	--	--	--	--	--

1.9 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan ini adalah Metode Survei yang termasuk dalam jenis penelitian Deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan suatu gejala, peristiwa/kejadian, atau permasalahan yang ada dalam Rumah Sakit Immanuel dan berusaha mencari pemecahan atas masalah yang terjadi.

1.9.1 Populasi/Objek Penelitian

Objek yang diteliti pada penelitian ini adalah persepsi pasien atas pelayanan yang di berikan oleh Rumah Sakit Immanuel.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Pasien klinik anak Rumah Sakit Immanuel.

1.9.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- Penelitian Kepustakaan (*Library research*)

Pengumpulan data berdasarkan informasi atau keterangan yang diperoleh antara lain dari buku, majalah, skripsi dan juga dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data dan informasi literatur-literatur lainnya yang berhubungan dengan objek yang sedang diteliti.

- Penelitian Lapangan (*field research*)

Pengumpulan data berdasarkan informasi yang berupa fakta atau berbagai gejala lain yang ada di lapangan penelitian dilakukan dengan cara:

- A. Observasi: Pengamatan langsung dilakukan di lapangan, dalam penelitian ini penulis melaksanakan penelitian langsung di Rumah Sakit Immanuel itu sendiri
- B. Wawancara: memberikan pertanyaan kepada responden yang bersangkutan dalam penelitian
- C. Kuesioner: Mengajukan susunan daftar pertanyaan secara sistematis sehubungan dengan masalah yang diteliti seperti kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien

1.9.3 Kerangka Sampling

Menggunakan teknik Convenience Sampling, yaitu suatu teknik pengumpulan data dimana pasien yang paling mudah ditemui, diminta kesediannya untuk mengisi kuesioner. Apabila jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka diambil sampel yang dianggap bisa mewakili populasi tersebut, dalam penelitian ini penulis mengambil 50 sampel dari populasi pasien Rumah Sakit Immanuel yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut. Dalam memperoleh data yang diperlukan dengan mempergunakan pengambilan sample, yaitu untuk memperoleh sample sesuai dengan karakteristik sample yang ditentukan. Untuk menentukan ukuran sample dari suatu populasi digunakan rumus Slovin.

$$\text{Rumus Slovin : } n = \frac{N}{1 + N(0,1)^2}$$

Dimana : n= ukuran sample

N= ukuran populasi

Error= 10%

$$n = \frac{50}{1 + 50(0,1)^2}$$

$$n = 30$$

setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus slovin,

maka diperoleh sample sebanyak 30 orang.

1.9.4 Teknik Analisis

Untuk mengetahui bagaimana hubungan kepuasan dan ketidak puasaan pasien dengan harapan dan persepsi pasien mengenai Rumah Sakit Immanuel dan juga hubungannya dengan dimensi kualitas pelayanan, maka penulis melakukan analisis dengan 2 metode yaitu:

1. Analisis Kualitatif

Untuk menguji hipotesa, penulis menggunakan pengujian non-stastistik, yaitu dengan menggunakan table analisis presentasi yang berisi data-data yang diperoleh dari survey konsumen yang berguna untuk mengambil keputusan atas tanggapan konsumen.

2. Analisis kuantitatif

Yaitu suatu metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui antar dua variable yang dilakukan dengan perhitungan statistika yang menggunakan analisis dengan fungsi koefisien variable.

1.9.5 Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data yang telah dikumpulkan diperlukan kecermatan dan ketelitian, hal ini diperlukan untuk menghindari kesalahan. Setelah kuesioner dikumpulkan, data harus diolah dan dianalisis agar dapat diinterprestasikan. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi rank Spearman karena data-datanya memiliki sifat skala ordinal.

a) Analisis Korelasi Rank Spearman

Adapun langkah-langkah sebagai berikut:

a. Membuat daftar N subyek dan menentukan ranking masing-masing variable.

b. Menentukan nilai "di" ($X_i - Y_i$) untuk setiap subyek dengan mengurangi ranking Y (kepuasan konsumen) pada X (Kualitas Pelayanan), mengkuadratkan nilai "di" untuk menentukan "di"
Masing-masing subyek. Menjumlahkan harga-harga "di" sehingga

Diperoleh $\sum di^2$.

c. dan selanjutnya menghitung koefisien korelasi rank Spearman dengan menggunakan rumus:

Keterangan:

rs : koefisien korelasi Spearman

di : selisih antara Rank X dan Rank Y

n : Jumlah sample

Kadang-kadang terjadi dua subyek atau lebih mendapatkan skor yang sama pada variable yang sama, oleh karena itu, kita perlu mengoreksi jumlah kuadrat dengan mempertimbangkan angka yang sam. Rumus untuk factor korelasi (T), adalah:

$$T = \frac{t^3 - t}{12}$$

Dimana :

T = banyaknya observasi yang berangka sama pada suatu ranking tertentu. Sehubungan dengan adanya factor korelasi tersebut, maka rumus yang dipergunakan untuk menghitung ‘rs’ jika terdapat angka yang sama, yaitu:

$$r_s = \frac{\sum X^2 + \sum Y^2 - \sum di^2}{2\sqrt{(\sum X^2)(\sum Y^2)}}$$

dimana

$$\sum X^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum Tx$$

$$\sum Y^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum Ty$$

Keterangan:

T : Faktor korelasi

(t) : Jumlah rank kembar

$\sum Tx$: Faktor korelasi variable X (kualitas Pelayanan)

$\sum Ty$: Faktor korelasi variable Y (kepuasan konsumen)

n : Banyaknya data

Erat tidaknya hubungan antara variable X (kualitas pelayanan) dan variable Y (kepuasan konsumen) diukur dengan menggunakan penafsiran tentang batas-batas Korelasi untuk mengetahui tinggi rendahnya tingkat hubngan kedua variable.

Table 1.2

Batas-batas Nilai Korelasi Menurut Champion (1981:302)

Koefisien korelasi (+/-) r	Interprestasi
+ 0.00 – 0.25	Tidak ada korelasi/korelasi lemah
+ 0.26 – 0.50	Korelasi cukup lemah
+ 0.51 – 0.75	Korelasi cukup kuat
+ 0.76 – 1.00	Korelasi kuat menuju sempurna

Besarnya koefisien korelasi bervariasi dan mempunyai batas-batas diantara $-1 \leq r \leq 1$, interpretasi dari nilai korelasi adalah:

a. Jika koefisien korelasi r positif ($r > 0$):

Hubungan antara dua variabel positif atau searah. Apabila variabel X (kualitas Pelayanan) mengalami kenaikan, maka variabel Y (kepuasan Konsumen) juga akan mengalami kenaikan, begitu pula sebaliknya.

b. Jika koefisien korelasi (r) negatif ($r < 0$)

hubungan antara variabel X (Kualitas Pelayanan) dan variabel Y (Kepuasan Konsumen) mengalami penurunan, begitu pula sebaliknya.

c. Jika koefisien korelasi (r) = 0, tidak terdapat hubungan antara variabel X (Kualitas Pelayanan) dan variabel Y (Kepuasan Konsumen)

b) Rancangan Uji Hipotesa

Hipotesis adalah suatu dugaan yang belum tentu kebenarannya. Untuk mengetahuinya, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan cara sebagai berikut:

Menentukan Ho dan Ha.

Ho merupakan hipotesis yang di uji, sedangkan Ha merupakan simbol hipotesa alternatif.

- a) $H_0 = 0$, tidak terdapat hubungan antaravariabel X (kualitas Pelayanan) dengan variable Y (kepuasan Pasien)
- b) $H_a > 0$, terdapat hubungan antara variable X (kualitas Pelayanan) dengan variable Y (kepuasan Pasien)

c) Analisis Koefisien Determinasi

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variable X (Kualitas Pelayanan) terhadap variable Y (kepuasan konsumen), rumus yang digunakan adalah:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

Kd : Koefisien determinasi

(r) : Koefisien korelasi

1.10 Lokasi penelitian & jadwal penelitian

- Lokasi penelitian

Pada penyusunan skripsi ini penulis mengadakan penelitian di RS. Immanuel yang berlokasi di jalan Kopo No. 161 Bandung

- Jadwal penelitian

Rencana pengumpulan data dalam penelitian ini tidak secara kontinu tetapi dalam periode tertentu saja, pengumpulan dan pengelompokan data di prediksi dilakukan dalam periode selama 3 bulan

1.11 Sistematika Pembahasan

Laporan penulisan tugas akhir ini disusun sedemikian rupa, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas. Laporan tugas akhir ini terdiri dari bab 5 yang diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian mengenai latar belakang permasalahan,identifikasi masalah,maksud dan tujuan penelitian,kerangka pemikiran dan hipotesis, metodologi penelitian,lokasi penelitian, dan sistematika penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan landasan teori pada bagian ini menguraikan tentang manajemen pemasaran,bauran pemasaran,pemasaran jasa, mengelola kualitas dan kualitas pelayanan,kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan,hubungan kualitas dan kepuasan konsumen, perilaku konsumen,dan kebutuhan konsumen,dasar teori rumah sakit. Landasan teori ini digunakan sebagai dasar untuk pengolahan data dan analisis data penelitian.

BAB III OBJEK PENELITIAN

Bab ini berisi data-data yang dikumpulkan dari objek penelitian, antara lain yaitu mengenai data umum perusahaan, struktur organisasi, dan data-data yang diperlukan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pengolahan terhadap data yang telah diperoleh dalam penelitian, dari hasil yang telah dilakukan, maka semua pembahasan diarahkan dalam rangka memecahkan masalah penelitian dengan menggunakan metode-metode kuantitatif (statistik) untuk mengolah data penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari penelitian serta saran-saran bagi pihak Rumah Sakit Immanuel dan kepada peneliti lebih lanjut.