

## ABSTRAK

Pembangunan kesehatan merupakan bagian yang sangat penting dari pembangunan nasional secara menyeluruh. Persaingan pelayanan rumah sakit Bandung semakin kompetitif. Hal ini disebabkan karena meningkatnya kesadaran tiap individu untuk memperhatikan gaya hidup sehat. Hal ini ditandai pula dengan berkembangnya sektor-sektor rumah sakit yang sudah berkembang di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan RSGM Universitas Kristen Maranatha Bandung”. Jenis penelitian ini adalah *causal explanatory* dengan populasinya adalah mahasiswa/i di kota Bandung, dan sampelnya adalah mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha yang pernah memakai jasa RSGM dengan jumlah sampel sebanyak 170 responden.

Data-data tersebut didapat dan diolah menggunakan SPSS 20 yaitu uji normalitas, uji validitas, uji reliabilitas, uji heteroskedastisitas, multikolinearitas, uji F, uji T dan uji regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif sebesar 52.7% terhadap loyalitas pelanggan RSGM Universitas Kristen Maranatha. Hasil korelasi yang didapat adalah searah dan cukup berarti.

Hal ini menandakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan berada pada tingkat sangat kuat dan berarti. Ada banyak hal yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, perusahaan harus bisa meningkatkan kualitas pelayanan (*service quality*) seperti ketepatan waktu dalam layanan, kesopanan, dan keramahan serta kelengkapan. Selain itu manajemen RSGM Maranatha Bandung diharapkan dapat membuat *Standarization Operation Procedure* (SOP) untuk kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan dimensi kualitas pelayanan (*service quality*). Dengan adanya SOP, para staff dapat lebih jelas dan konsisten dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan agar pelanggan tetap loyal dan sehingga RSGM Maranatha menjadi rumah sakit yang terlengkap dan memberikan pelayanan yang memuaskan.

Kata-kata kunci: kualitas layanan, dan loyalitas konsumen.

## ABSTRACT

*Health development is a very important part of the overall national development. The competition of Bandung hospital services are more competitive. This is due to increased awareness of every individual to pay attention in a healthy lifestyle. It is marked also by growing sectors of the hospital that has developed in Indonesia.*

*This study aims to determine "the effect of service quality upon customer loyalty of the Bandung Maranatha Christian University Dental Hospital (RSGM)". This research is a causal explanatory with its population are students in Bandung, and the samples are students at Maranatha Christian University has ever used the services of the Hospital with a total sample of 170 respondents.*

*These data are obtained and processed using SPSS version 20 which covered the normality test, validity test, reliability test, heteroscedasticity test, multicollinearity, F test, T test and multiple linear regression.*

*Based on the research results, it can be concluded that the service quality variables were affected positively by 52.7% against the customer loyalty of Maranatha Christian University Dental Hospital (RSGM). The correlation results obtained are unidirectional and significant.*

*This indicates that the effects of service quality and customer loyalty are at very strong levels and mean. There are many things that influence customer loyalty, and that is why companies must be able to improve the quality of service as timeliness of service, courtesy, hospitality and completeness. Besides that the management of the Bandung Maranatha Christian University Dental Hospital expected to prepare Standardization Operation Procedure (SOP) for activities related dimensions of service quality. With the SOP, the staff can be more obvious and consistent in providing services to customers so that they remain loyal and the Bandung Maranatha Christian University Dental Hospital become the most comprehensive hospital and always provide satisfactory service.*

*Keywords: quality of service, and customer loyalty.*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian .....	5
BAB II LANDASAN TEORI .....	7
2.1 Kajian Pustaka .....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.2 Jasa/ Pelayanan ( <i>Service</i> ) .....	8
2.1.2.1 Klasifikasi Jasa/ Pelayanan ( <i>Service</i> ) .....	8
2.1.2.2 Karakteristik Jasa/ Pelayanan ( <i>Service</i> ) .....	9
2.1.2.3 Kualitas Pelayanan ( <i>Service</i> ) .....	11
2.1.3 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	11
2.1.4 Manfaat Kualitas Pelayanan .....	13
2.1.5 Loyalitas Pelanggan .....	14
2.1.5.1 Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	15
2.1.5.2 Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan .....	16
2.1.5.3 Dimensi Loyalitas Pelanggan .....	18
2.2 Rerangka Teoritis .....	19
2.3 Literatur Jurnal/ Penelitian Terdahulu .....	20
2.4 Rerangka Pemikiran .....	21
2.5 Pengembangan Hipotesis dan Model Penelitian .....	22
BAB III METODE PENELITIAN .....	23
3.1 Jenis Penelitian .....	23
3.2 Objek Penelitian .....	23
3.3 Penentuan Populasi dan Sampel .....	24
3.3.1 Populasi .....	24
3.3.2 Sampel .....	24
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	25
3.4 Definisi Operasional Variabel (DOV) .....	26

3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.5.1	Sumber Data Sekunder .....	29
3.6	Metode Pengolahan Data .....	30
3.6.1	Uji Validitas .....	30
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	30
3.6.2.1	Uji Asumsi Klasik .....	31
3.6.2.2	Uji Normalitas .....	31
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas .....	32
3.6.2.4	Uji Multikolinearitas .....	32
3.6.3	Uji Regresi .....	33
3.6.4	Pengujian Hipotesis Penelitian .....	34
3.6.4.1	Uji t .....	34
3.6.4.2	Uji F ( <i>Anova</i> ) .....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		37
4.1	Hasil Penelitian .....	37
4.1.1	Karakteristik Responden .....	37
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	38
4.1.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kedatangan .....	39
4.1.2	Tanggapan Kualitas Pelayanan .....	39
4.1.2.1	<i>Tangible</i> .....	40
4.1.2.2	<i>Emphaty</i> .....	43
4.1.2.3	<i>Reliability</i> .....	45
4.1.2.4	<i>Responsiveness</i> .....	47
4.1.2.5	<i>Assurance</i> .....	49
4.1.3	Tanggapan Loyalitas Pelanggan .....	50
4.1.4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	56
4.1.4.1	Hasil Pengujian Validitas .....	56
4.1.4.2	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	57
4.1.5	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	59
4.1.5.1	Uji Normalitas .....	59
4.1.5.2	Uji Multikolinearitas .....	61
4.1.5.3	Uji Heteroskedastisitas .....	62
4.1.6	Analisis Data .....	63
4.1.7	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian .....	66
4.1.7.1	Uji t .....	66
4.1.7.2	Uji F .....	68
4.2	Pembahasan .....	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....		71
5.1	Simpulan .....	71
5.2	Saran .....	76
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	77
DAFTAR PUSTAKA .....		78
LAMPIRAN .....		80

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Teoritis .....19
Gambar 2.3	Rerangka Pemikiran .....21
Gambar 2.3	Model Penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....22
Gambar 4.1	Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas .....63



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....20
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....26
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....37
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....38
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kedatangan .....39
Tabel 4.4	RSGM Maranatha Memiliki Tata Letak Ruang yang Menarik 40
Tabel 4.5	Fasilitas Fisik RSGM Maranatha Menarik Secara Visual .....41
Tabel 4.6	Staff RSGM Maranatha Berpenampilan Rapi .....42
Tabel 4.7	RSGM Maranatha Memberikan Perhatian Individual kepada Anda .....43
Tabel 4.8	RSGM Maranatha Memiliki Jam Operasional yang Nyaman bagi Semua Pelanggan .....44
Tabel 4.9	Bila RSGM Maranatha Berjanji untuk Melakukan Sesuatu pada Waktu Tertentu, maka akan Menepati Janjinya .....45
Tabel 4.10	Saat Anda Memiliki Masalah, RSGM Maranatha Sungguh Berusaha untuk Membantu Memecahkannya .....46
Tabel 4.11	Staff RSGM Maranatha Memberitahu Anda Kapan Pastinya Layanan akan Diberikan .....47
Tabel 4.12	Staff RSGM Maranatha Melayani Anda dengan Cepat .....48
Tabel 4.13	RSGM Maranatha Memberikan Jaminan/ Kompensasi bila Ada Keluhan Pelanggan yang Tidak Tertangani dengan Baik .49
Tabel 4.14	Anda Merasa Nyaman dalam Berinteraksi dengan RSGM Maranatha .....50
Tabel 4.15	Anda Cenderung Mengatakan Berbagai Hal Positif tentang RSGM Maranatha .....51
Tabel 4.16	Anda akan Merekomendasikan RSGM Maranatha kepada Orang yang Menanyakan Pendapat Anda .....52
Tabel 4.17	Anda akan Mendorong Saudara dan Teman Anda untuk Menggunakan Jasa RSGM Maranatha .....53
Tabel 4.18	Anda Menganggap bahwa RSGM Maranatha sebagai Pilihan yang Tepat untuk Anda .....54
Tabel 4.19	Anda Cenderung akan Menggunakan Lebih Banyak Jasa RSGM Maranatha dalam Beberapa Tahun ke Depan .....55
Tabel 4.20	Tabel Hasil Uji Validitas .....56
Tabel 4.21	Hasil Koefisien Reliabilitas .....58
Tabel 4.22	Hasil Uji Normalitas .....60
Tabel 4.23	Hasil Uji Multikolinearitas .....61
Tabel 4.24	<i>Coefficients</i> Regresi .....64
Tabel 4.25	Tabel <i>Correlations</i> .....67
Tabel 4.26	<i>Model Summary</i> dan ANOVA .....68
Tabel 4.27	<i>Model Summary</i> .....69



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran I	Kuesioner ..... 80
Lampiran II	Tabel Data Mentah .....85
Lampiran III	Tabel Frekuensi .....92
Lampiran IV	Tabel Korelasi .....93
Lampiran V	Tabel Reliabilitas .....95
Lampiran VI	Tabel <i>NPar Tests</i> .....101
Lampiran VII	Tabel Regresi .....102

