

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PASIEN TERHADAP
LOYALITAS PASIEN RAWAT JALAN RUMAH SAKIT dr. GL. TOBING
PADA PT. TEMBAKAU DELI MEDICA TANJUNG MORAWA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.E)
Program Manajemen Pemasaran*



Oleh :

CINDY PARADISA
1405160398

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mochtar Basri No. 3 (061) 66224567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Kamis, tanggal 29 Maret 2018, Pukul 08.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya:

MEMUTUSKAN

Nama : CINDY PARADISA
N P M : 1405160398
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PASIEN TERHADAP LOYALITAS PASIEN RAWAT JALAN RUMAH SAKIT dr. GL. TOBING PADA PT. TEMBAKAU DELI MEDICA TANJUNG MORAWA

Dinyatakan : (A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.*

TIM PENGUJI

Penguji I

Hj. DEWI ANDRIANY, S.E., M.M.

Penguji II

PERYS LAILI KHODRI NST, S.E., MSI, CHT

Pembimbing

HANIEAH JASIN, S.E., MSI

PANITIA UJIAN

Ketua

H. JANURI, S.E., M.M., M.Si

Sekretaris

ADE GUNAWAN, S.E., M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama : CINDY PARADISA
N.P.M : 1405160398
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PASIEN TERHADAP LOYALITAS PASIEN RAWAT JALAN RUMAH SAKIT dr. GL. TOBING

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Maret 2018

Pembimbing Skripsi

HANIFAH JASIN, SE, M.Si

Disetujui Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. HASRUDY TANJUNG, S.E., M.Si.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



JANURI, S.E., M.M., M.Si.

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI

Nama : CINDY PARADISA
NPM : 1405160398
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi (Akuntansi/Perpajakan/Manajemen/HESP/
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Menyatakan Bahwa ,

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha saya sendiri , baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut
 - Menjiplak /plagiat hasil karya penelitian orang lain
 - Merekayasa data angket, wawancara, obeservasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti mamalsukan stempel, kop surat, atau identitas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "Penetapan Proyek Proposal / Makalah/Skripsi dan Penghunjukan Dosen Pembimbing" dari Fakultas Ekonomi UMSU.

Demikianlah Pernyataan ini saat perbuat dengan kesadaran sendiri

Medan.....20.
Pembuat Pernyataan



NB :

- Surat Pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat Pengajuan Judul.
- Foto Copy Surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi.

ABSTRAK

CINDY PARADISA, NPM 1405160398, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit dr. Gl. Tobing. Skripsi

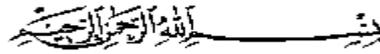
Tujuan penulis melakukan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien dan untuk mengetahui mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien rawat jalan Rumah Sakit dr. GL. Tobing. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Acidental Sampling*. *Acidental Sampling* yaitu penentuan sampel secara kebetulan sebanyak 50 responden yang merupakan pasien rawat jalan Rumah Sakit dr. GL. Tobing.

Hasil penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang diproses dan dianalisis dengan menggunakan Regresi Berganda. Lalu melakukan uji kualitas data yang digunakan adalah uji validitas dengan menggunakan *Corrected Item Total* dan uji reabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*. Untuk uji hipotesis dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan uji t, dan uji F serta melakukan uji determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel terdapat pengaruh positif variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pasien yang ditunjukkan dengan $t_{hitung} (5.864) > t_{tabel} (1,68)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dan terdapat pengaruh positif variabel kepuasan pasien terhadap variabel loyalitas pasien yang ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} (2,717) > t_{tabel} (1,68)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$, dan untuk kualitas pelayanan dan kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien Rawat Jalan Rumah Sakit dr. GL. Tobing, dengan nilai $F_{hitung} (98.039) > F_{tabel} (3.18)$ dengan tingkat signifikansi 0.000, dengan nilai *R Square* sebesar 0,807 atau 80,7% yang artinya terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pasien dan Loyalitas Pasien.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur bagi ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mendapatkan kemudahan-kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini , dimana skripsi ini sangat penulis butuhkan dalam rangka sebagai kelengkapan penulis untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dengan segala keterbatasan ilmu dan kemampuan yang dimiliki, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan para pembaca berkenan memberikan saran dan masukan yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Pada kesempatan ini, pertama kali penulis ucapkan terima kasih untuk seluruh keluarga telah memberikan bantuan dan dukungan baik moral maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun tidak begitu sempurna.

Selanjutnya,tak lupa penulis juga dengan rasa hormat mengucapkan terima kasih tak terhingga kepada :

1. Ayahanda Bambang Sukoco dan Ibunda Siti Wahyuni yang telah banyak berkorban dan membesarkan, mendidik serta memberikan dukungan baik moral dan material, sehingga penulis dapat memperoleh keberhasilan.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak H. Januri, SE, M.M, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, SE, M.Si, Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Jasman Syarifuddin HSB, SE, M.Si. Selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Hanifah Jasin, SE, M.Si, Selaku Dosen Pembimbing saya, yang telah membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Pimpinan Rumah Sakit dr GL. Tobing beserta seluruh pegawai yang telah memberikan kesempatan melakukan riset kepada penulis.
8. Dan kepada teman seperjuangan dan teman-teman yang telah memberikan dukungan kepada penulis, semoga kita bisa sukses selalu.

Seiring doa dan semoga ALLAH SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis serta dengan menyerahkan diri kepada Nya, seraya mengharapkan ridho Nya dan dengan segala kerendahan hati penulis menyerahkan Tugas Akhir ini yang jauh dari kesempurnaan hanyalah milik ALLAH SWT, dan penulis juga berharap masukan yang konstruktif guna perbaikan dimasa yang akan datang.

Akhirnya, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat mendatangkan manfaat bagi kita semua, Aamiin... ya Rabbal Alaamiin...

Medan, Maret 2018
Penulis

CINDY PARADISA
1405160398

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan dan Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Uraian Teori.....	8
1. Loyalitas	8
a. Pengertian Loyalitas Pasien.....	8
b. Manfaat Loyalitas Pasien	9
c. Faktor-Faktor Mempengaruhi Loyalitas Pasien	10
d. Indikator Loyalitas Pasien	12
2. Kualitas Pelayanan	13
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	13
b. Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan.....	14
c. Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan	15
d. Indikator Kualitas Pelayanan	18

3. Kepuasan	22
a. Pengertian Kepuasan	22
b. Aspek-Aspek Kepuasan	23
c. Faktor-Faktor Kepuasan	25
d. Tipe-Tipe Kepuasan	25
e. Indikator Kepuasan	26
B. Kerangka Konseptual	27
C. Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Pendekatan Penelitian.....	32
B. Definisi Variabel Penelitian	32
C. Tempat dan Waktu Penelitian	34
D. Populasi dan Sampel	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Hasil Penelitian	45
1. Deskripsi Data	45
2. Analisis Regresi Linear Berganda	52
3. Uji Parsial	58
4. Uji Simultan (Uji F)	59
5. Koefisien Determinasi.....	59
B. Pembahasan.....	60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Rincian Waktu Penelitian	34
Tabel 3.2	Skala Pengukuran Likert	36
Tabel 3.3	Uji Validitas Kualitas Pelayanan	37
Tabel 3.4	Uji Validitas Kepuasan Pasien.....	37
Tabel 3.5	Uji Validitas Loyalitas Pasien.....	38
Tabel 3.6	Uji Reliabilitas	39
Tabel 3.7	Koefisien Korelasi.....	41
Tabel 4.1	Skala Likert.....	45
Tabel 4.2	Distribusi Koresponden Jensi Kelamin	46
Tabel 4.3	Distribusi Koresponden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Kualitas Pelayanan	47
Tabel 4.5	Deskripsi Responden Kepuasan Pasien.....	49
Tabel 4.6	Deskripsi Responden Loyalitas Pasien.....	50
Tabel 4.7	Uji Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4.8	Uji Autokorelasi.....	55
Tabel 4.9	Uji Multikolinieritas	56
Tabel 4.10	Uji t.....	58
Tabel 4.11	Uji F.....	59
Tabel 4.12	Koefisien Determinasi	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	28
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	29
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	30
Gambar 3.1 Kriteria Pengujian Hipotesis	41
Gambar 3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis	42
Gambar 4.1 Grafik Histrogram	54
Gambar 4.2 P-Plot	54
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas	57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kesehatan telah menjadi bagian penting bagi masyarakat karena dengan kesehatan yang maksimal maka seseorang akan dapat menjalankan aktivitasnya dengan baik. Kesehatan masyarakat yang baik akan tercipta suatu keadaan kehidupan yang tentram. Tubuh yang sehat merupakan sebuah keinginan dari semua orang sehingga dalam upaya mewujudkan suatu kondisi sehat tersebut, maka harus dilakukan beberapa hal, salah satu diantaranya dengan menyelenggarakan pelayanan kesehatan bagi masyarakat. Upaya yang harus dilakukan oleh pemerintah adalah rumah sakit.

Setiap produsen berusaha merancang perbedaan yang berarti untuk produknya dengan produk yang ditawarkan pesaingnya, sehingga setiap produk memiliki ciri khasnya masing-masing. Rumah Sakit sebagai suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan kesehatan berupaya memberikan pelayanan kesehatan yang baik dan berkualitas. Pelayanan yang baik dan berkualitas dengan sendirinya akan mendatangkan kepuasan pasien dan sekaligus akan memberikan keuntungan bagi pihak Rumah Sakit.

Rumah sakit merupakan salah satu sarana kesehatan yang dapat memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat guna meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat. Rumah sakit diwajibkan untuk memberikan pelayanan yang bermutu sesuai dengan standar yang ditetapkan pemerintah dan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Mutu pelayanan rumah sakit mempunyai

dua komponen, yaitu pemenuhan terhadap standar mutu yang telah ditetapkan dan pemenuhan akan kepuasan pasien. Rumah sakit juga harus memberikan pelayanan yang berfokus pada kepuasan pasien.

Perbaikan kualitas jasa pelayanan kesehatan dapat dimulai dengan mengevaluasi setiap unsur-unsur yang berperan dalam membentuk kepuasan pasien. Sistem kepedulian kesehatan dapat diperbaiki melalui jalur klinis, layanan, termasuk perspektif pasien seperti seberapa baik jasa pelayanan kesehatan yang mereka butuhkan. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen (Tjiptono dan Chandra, 2014 hal. 192).

Loyalitas merupakan hal yang penting dibangun setiap perusahaan untuk memenangkan kompetisi. Loyalitas merupakan salah satu kunci sukses dalam memenangkan persaingan bisnis saat ini. Menurut Tjiptono (2014, hal 393) loyalitas pasien adalah komitmen pasien terhadap suatu merek, toko atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Pasien yang loyal tidak hanya seorang pembeli yang melakukan pembelian berulang, tetapi juga mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa. Dengan terciptanya kualitas layanan yang sempurna akan mendorong terciptanya kepuasan pasien dalam membentuk loyalitas pasien karena kualitas layanan merupakan saran untuk mewujudkan kepuasan pasien dalam membentuk loyalitas pasien.

Kualitas pelayanan adalah hal yang penting untuk diperhatikan, karena hal tersebut akan dipersepsikan oleh konsumen setelah konsumen mengkonsumsi barang/jasa. Persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah

lembaga penyedia jasa atau layanan untuk selalu memanjakan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya (Assauri, 2008 hal. 25). Bila konsumen puas akan pengalaman mengkonsumsi barang atau jasa, itu adalah langkah awal untuk menjadikannya pelanggan yang loyal.

Kualitas pelayanan adalah ukuran sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan konsumen. Setiap konsumen mempunyai harapan tersendiri disaat memutuskan untuk memilih tempat penyedia jasa yang dibutuhkan. Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Dimana kualitas pelayanan merupakan suatu upaya pemenuhan yang dilakukan guna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari para konsumen serta digunakan untuk ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan dari para konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan suatu produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan tersebut. Kualitas layanan dapat diwujudkan dengan memberikan suatu layanan kepada pasien dengan sebaik mungkin sesuai dengan apa yang telah menjadi harapan pasien.

Menurut Kotler dan Keller (2014, hal 139) kepuasan pasien adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Dalam suatu konsep kepuasan pasien terdapat dua elemen yang mempengaruhi yaitu

harapan dan kinerja. Harapan adalah pikiran pasien tentang apa yang akan diterimanya apabila mengkonsumsi suatu produk sedangkan kinerja adalah persepsi pasien tentang apa yang dia terima setelah mengkonsumsi suatu produk.

Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan (Assauri, 2008 hal. 28). Kepuasan pelanggan dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggannya.

Rumah sakit dr. GL. Tobing dapat mempekerjakan tenaga kesehatan asing sesuai dengan kebutuhan pelayanan. Selain itu rumah sakit juga harus memenuhi fasilitas-fasilitas dalam menjalankan semua kegiatan yang berlangsung dalam rumah sakit dan fasilitas penunjang lainnya seperti ruang tunggu yang layak bagi pasien agar tidak bosan dalam menunggu, apabila suatu rumah sakit tidak memadai atau kurangnya SDM rumah sakit akan susah untuk menjalankan system kerja yang ada didalam rumah sakit atau melayani pasien yang ada didalam rumah sakit. Pasien juga akan merasa tidak nyaman dan tidak puas apabila pelayanan yang diberikan rumah sakit terlalu lama dalam memenuhi kebutuhan pasien dan jadwal dokter yang tidak tepat atau sering berubah-ubah membuat para pasien menunggu terlalu lama untuk ditangani.

Fenomena atau masalah yang dihadapi didalam rumah sakit antara lain ketersediaan tenaga kerja atau SDM dirumah sakit masih sedikit memiliki tenaga tetap yang meliputi tenaga medis, tenaga keperawatan, tenaga kefarmasian, tenaga manajemen rumah sakit, dan tenaga non rumah sakit. Selain itu Masih adanya beberapa pasien yang kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Rumah

Sakit, masih ada beberapa pasien yang masih mengeluh atas pelayanan yang diberikan rumah sakit, dimana beberapa pasien mengeluh perawat yang kurang tanggap, kurang cepat, dan kurang ramah terhadap pasien dan juga masih ada beberapa pasien yang mengeluh mengenai jadwal dokter yang sering terlambat datang.

Berdasarkan dari latar belakang masalah maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit dr. GL. Tobing Pada PT. Tembakau Deli Medica Tanjung Morawa”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan dapat diidentifikasi masalah yaitu:

1. Pasien merasa tidak nyaman dan tidak puas apabila pelayanan yang diberikan rumah sakit terlalu lama dalam memenuhi kebutuhan pasien
2. Perawat yang kurang tanggap, kurang cepat, dan kurang ramah terhadap pasien.
3. Adanya Keluhan pasien mengenai jadwal dokter yang sering terlambat datang.

C. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Agar penelitian tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud. Penelitian ini hanya membahas tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pasien Rumah Sakit dr. GL. Tobing.

2. Rumusan Masalah

- a. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien Rawat Jalan Rumah Sakit dr. GL. Tobing?
- b. Apakah ada pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien Rawat Jalan Rumah Sakit dr. GL. Tobing?
- c. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien Rawat Jalan Rumah Sakit dr. GL. Tobing?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien Rawat Jalan Rumah Sakit dr. GL. Tobing.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien Rawat Jalan Rumah Sakit dr. GL. Tobing.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien Rawat Jalan Rumah Sakit dr. GL. Tobing.

2. Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

- a. Secara teoritis,

Penelitian ini merupakan proses pembelajaran untuk dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama ini dan diharapkan dapat menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan mengenai pengaruh dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan pasien loyalitas dari pasien terhadap pada pelayanan di Rumah Sakit dr. GL. Tobing. Sehingga hasil

penelitian ini dapat menerangkan dan mempunyai teoritis dalam kasus nyata dilapangan.

b. Secara praktis,

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tolak ukur perusahaan dalam meningkatkan kualitas khususnya tentang kualitas pelayanan yang dimiliki pada Rumah Sakit Umum dr. GL. Tobing dan tingkat kepuasan pasien serta mampu mengevaluasi setiap kegiatan usaha yang ada untuk menjadi lebih baik lagi guna mencapai visi dan misi bersama dan dapat meningkatkan loyalitas dari pasien

c. Secara Akademis,

Dapat digunakan sebagai bahan acuan dan perbandingan bagi penelitian lain yang berminat mengembangkan topik bahasan ini dan melakukan penelitian lebih lanjut

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uraian Teori

1. Loyalitas

a. Pengertian Loyalitas

Pentingnya loyalitas pelanggan dalam pemasaran tidak diragukan lagi. loyalitas merupakan suatu perilaku yang diharapkan atas produk atau layanan yang antara lain meliputi kemungkinan pembelian ulang lebih lanjut atau perubahan perjanjian layanan atau sebaliknya seberapa besar kemungkinan pelanggan beralih kepada merek lain atau penyedia layanan lain.

Menurut Tjitono Tjiptono (2014 hal. 28) menyatakan bahwa loyalitas konsumen adalah situasi ideal yang paling diharapkan para pemasar, dimana konsumen bersifat positif terhadap produk atau produsen dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten.

Menurut Kotler (2014 hal. 138), loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Menurut Lovelock (2011 hal. 338), loyalitas pelanggan yaitu kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan sukarela merekomendasikannya kepada pihak lain.

Dari berbagai teori diatas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas pasien adalah kesetiaan pasien setelah mengalami pelayanan yang dinyatakan dalam perilaku untuk menggunakan jasa pelayanan tersebut dan mencerminkan adanya ikatan jangka panjang antara Rumah Sakit dan pasien

b. Manfaat Loyalitas

Menurut Griffin dalam Ratih Hurriyati (2010 hal 129) mengemukakan manfaat atau keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki pelanggan yang loyal antara lain:

- 1) Mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik pelanggan baru lebih mahal).
- 2) Mengurangi biaya transaksi (seperti biaya negosiasi kontrak, pemrosesan pesanan).
- 3) Mengurangi turn over pelanggan (karena pergantian pelanggan lebih sedikit)
- 4) Meningkatkan penjualan silang yang akan membesarkan pangsa pasar perusahaan.
- 5) Word of mouth yang lebih positif dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti mereka yang merasa puas.
- 6) Mengurangi biaya kegagalan (seperti biaya pergantian).

Dengan melihat pendapat diatas maka dapat dinyatakan bahwa dengan adanya kesetiaan pelanggan akan memberikan banyak keuntungan seperti meningkatkan tingkat penjualan. Semakin baiknya reputasi atau citra perusahaan, maka biaya-biaya yang harus dikeluarkan akan berkurang.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas

Untuk menjadi pelanggan yang loyal seorang pelanggan melalui beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas. Menurut Zikmund dalam Vanessa (2007 hal, 72) terdapat lima faktor yaitu:

1) *Satisfaction* (kepuasan)

Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara harapan sebelum melakukan pembelian dengan kinerja yang dirasakan.

2) *Emotional bonding* (ikatan emosi)

Dimana konsumen dapat terpengaruh oleh sebuah merek yang memiliki daya tarik tersendiri sehingga konsumen dapat diidentifikasi dalam sebuah merek, karena sebuah merek dapat mencerminkan karakteristik konsumen tersebut.

3) *Trust* (kepercayaan)

Kemampuan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi.

4) *Choice reduction and habit* (kemudahan)

Jika konsumen akan merasa nyaman dengan sebuah merek ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan.

5) *History with company* (pengalaman dengan perusahaan)

Ketika kita mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan, maka kita akan mengulangi perilaku kita pada perusahaan tersebut.

Sedangkan Menurut Kartajaya (2007, hal 24) faktor yang mempengaruhi loyalitas adalah:

1) Kepuasan pelanggan

Jika perusahaan dapat memberikan service yang lebih ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan puas, pelanggan yang puas akan mempunyai loyalitas yang tinggi terhadap produk dibandingkan dengan pelanggan yang tidak puas.

2) Retensi pelanggan

Pada faktor ini perusahaan lebih fokus pada upaya mempertahankan jumlah pelanggan yang telah ada dengan meminimalkan jumlah pelanggan yang hilang. Selain diketahui bahwa biaya menarik pelanggan baru lebih mahal dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan pelanggan yang telah ada.

3) Migrasi pelanggan

Faktor ini adalah mempertahankan pelanggan yang telah jauh lebih menguntungkan dari pada membiarkannya hilang, kemudian mencari pelanggan baru sebagai penggantinya.

4) Antusiasme pelanggan

Perpindahan pelanggan terus terjadi meski pelanggan telah puas dengan produk dan service yang telah diberikan perusahaan dan bahkan dengan program loyalitas yang disediakan perusahaan.

5) Spiritualisasi pelanggan

Loyalitas tidak hanya menggunakan produk atau mengigit dalam hati, mereferensikan dan merekomendasikan pemakai kepada orang lain, tetapi juga telah menjadi bagian dari diri pelanggan seutuhnya. Jika sebuah produk atau brand telah berhasil masuk area spiritualisme pelanggan. Bisa

dipastikan menstabilisasinya akan terjaga karena produk akan terjaga karena produk telah menjadi bagian dari jati diri pelanggan bukan dari simbol semata.

d. Indikator Loyalitas

Menurut Hidayat (2009, hal 103) Indikator dari loyalitas tersebut adalah:

- 1) *Trust*. Aspek ini merupakan tanggapan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
- 2) *Psychological (Emotion) Commitment*. Aspek ini merupakan komitmen psikologi pasien terhadap perusahaan.
- 3) *Switching Cost*. Aspek ini merupakan tanggapan pelanggan tentang beban yang diterima ketika terjadi perubahan.
- 4) *Word of mouth*. Aspek ini merupakan perilaku publisitas yang dilakukan oleh pelanggan terhadap perusahaan.
- 5) *Cooperation*. Aspek ini merupakan perilaku pelanggan yang menunjukkan sikap dapat bekerja sama dengan perusahaan

Menurut Griffin (2010 hal. 31) adapun indikator loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan pembelian ulang secara teratur (*makes regular repeat purchase*).

Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit – unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih. Tingkat kepuasan terhadap toko akan mempengaruhi mereka untuk membeli kembali

- 2) Membeli di luar lini produk/jasa (*purchases across product and service lines*).

Membeli di luar lini produk dan jasa artinya keinginan untuk membeli lebih dari produk dan jasa yang telah ditawarkan oleh perusahaan. Pelanggan yang sudah percaya pada perusahaan dalam suatu urusan maka akan percaya juga untuk urusan lain.

- 3) Mereferensi toko kepada orang lain, artinya menarik pelanggan baru untuk perusahaan (*Refers other*).

Pelanggan yang loyal dengan sukarela merekomendasikan perusahaan kepada teman-teman dan rekannya atau keluarganya.

- 4) Menunjukkan kekebalan daya tarik dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*) Tidak mudah terpengaruh oleh tarikan persaingan perusahaan sejenis lainnya.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014 hal. 110) menyatakan bahwa “Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Menurut Lupiyoadi (2011 hal. 175) menyatakan bahwa “Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan”.

Menurut Assegaf (2009 hal. 173) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah ukuran sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat

memenuhi harapan konsumen”. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Dengan kata lain ada “dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah membeli jasa tersebut.

b. Faktor - Faktor Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011 hal.75) terdapat 4 peranan atau pengaruh dari aspek konsumen yang akan mempengaruhi konsumen lain, yaitu:

1) Contractors

Yaitu tamu berinteraksi langsung dengan konsumen dalam frekuensi yang cukup sering dan sangat mempengaruhi keputusan konsumen.

2) Modifier

Yaitu tamu tidak secara langsung mempengaruhi konsumen tetapi cukup sering berhubungan dengan konsumen lain.

3) Influencer

Yaitu mempengaruhi konsumen tetapi cukup untuk membeli tetapi secara tidak langsung kontak dengan pembeli.

4) Isolated

Yaitu tamu tidak secara langsung ikut serta dalam bauran pemasaran dan juga tidak sering bertemu dengan konsumen.

Menurut Mangkunegara (2013 hal. 21) mengenalkan lima faktor kualitas pelayanan sebagai hal penting dari sudut konsumen, yaitu:

1) Pelayan Inti

Pelayan inti meliputi isi seluruh pelayanan dari perusahaan, pelayanan inti memaparkan tentang “apakah” layanan itu sebuah produk pelayanan dimana fitur-fiturnya ditawarkan dalam jasa.

2) Jasa Pelayanan pengiriman

Faktor ini menunjukkan pada semua aspek (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, moment of truth*) yang akan dimasukkan dalam elemen manusia pada proses penyampaian pengiriman.

3) Sistem Jasa Pengiriman

Proses prosedur, sistem dan teknologi yang akan membuat pelayanan berbeda. Konsumen akan selalu menyukai dan mengharapkan proses penyampaian pelayanan itu terstandarisasi dan sederhana mungkin.

4) Pelayanan yang Berwujud

Sifat yang nyata dari semua fasilitas pelayanan (perlengkapan mesin, penampilan karyawan, dan lain-lain).

5) Tanggung Jawab Sosial

Tanggung jawab sosial membantu perusahaan untuk mendorong perilaku etis karyawannya segala hal tanggung jawab sosial.

c. Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan

Menurut Saleh (2010 hal. 106) Unsur-unsur kualitas pelayanan yang antara lain adalah sebagai berikut:

1) Penampilan.

Personal dan fisik sebagaimana layanan kantor depan memerlukan persyaratan seperti berpenampilan menarik, badan harus tegap, tutur bahasa menarik, berperilaku baik, penampilan penuh percaya diri.

2) Tepat Waktu dan Janji.

Secara utuh dan prima petugas pelayanan dalam menyampaikan perlu diperhitungkan janji yang disampaikan kepada konsumen bukan sebaliknya selalu ingkar janji.

3) Kesiediaan Melayani.

Sebagaimana fungsi dan wewenang harus melayani kepada para konsumen, konsekuensi logis petugas harus benar-benar bersedia melayani kepada para konsumen.

4) Pengetahuan dan Keahlian.

Sebagai syarat untuk melayani dengan baik, petugas harus mempunyai pengetahuan dan keahlian. Di sini petugas pelayanan harus memiliki tingkat pendidikan tertentu dan pelatihan tertentu yang diisyaratkan dalam jabatan serta memiliki pengalaman yang luas dibidangnya.

5) Kesopanan dan Ramah Tamah.

Masyarakat pengguna jasa pelayanan itu sendiri dan lapisan masyarakat baik tingkat status ekonomi dan sosial rendah maupun tinggi terdapat perbedaan karakternya maka petugas pelayanan masyarakat dituntut adanya keramahan yang standar dalam melayani, sabar, tidak egois dan santun dalam bertutur kepada konsumen.

6) Kejujuran dan Kepercayaan.

Pelayanan ini oleh pengguna jasa dapat dipergunakan berbagai aspek, maka dalam penyelenggaraannya harus transparan dari aspek kejujuran, jujur dalam bentuk aturan, jujur dalam pembiayaan dan jujur dalam penyelesaian waktunya. Dari aspek kejujuran ini petugas pelayanan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelayan yang dipercaya dari segi sikapnya, dapat dipercaya dari tutur katanya, dapat dipercayakan dalam menyelesaikan akhir pelayanan sehingga otomatis konsumen merasa puas. Unsur pelayanan prima dapat ditambah unsur yang lain.

7) Kepastian Hukum.

Secara sadar bahwa hasil pelayanan terhadap masyarakat yang berupa surat keputusan, harus mempunyai legitimasi atau mempunyai kepastian hukum. Bila setiap hasil yang tidak mempunyai kepastian hukum jelas akan mempengaruhi sikap masyarakat, misalnya pengurusan KTP, KK dan lain-lain bila ditemukan cacat hukum akan mempengaruhi kredibilitas instansi yang mengeluarkan surat legitimasi tersebut.

8) Keterbukaan.

Secara pasti bahwa setiap urusan/kegiatan yang memperlakukan ijin, maka ketentuan keterbukaan perlu ditegakkan. Keterbukaan itu akan mempengaruhi unsur-unsur kesederhanaan, kejelasan informasi kepada masyarakat.

9) Efisien.

Dari setiap pelayanan dalam berbagai urusan, tuntutan masyarakat adalah efisiensi dan efektifitas dari berbagai aspek sumber daya sehingga menghasilkan biaya yang murah, waktu yang singkat dan tepat serta kualitas yang tinggi.

10) Biaya.

Pemantapan pengurusan dalam pelayanan diperlukan kewajaran dalam penentuan pembiayaan, pembiayaan harus disesuaikan dengan daya beli masyarakat dan pengeluaran biaya harus transparan dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

11) Tidak Rasial.

Pengurusan pelayanan dilarang membeda-bedakan kesukuan, agama, aliran dan politik dengan demikian segala urusan harus memenuhi jangkauan yang luas dan merata.

12) Kesederhanaan.

Prosedur dan tata cara pelayanan kepada masyarakat untuk diperhatikan kemudahan, tidak berbelit-belit dalam pelaksanaan

d. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Zheithalm et al (2009 hal. 180) menyederhanakan sepuluh dimensi di atas menjadi lima dimensi pokok yang dikenal dengan SERQUAL (*service quality*) yang terdiri dari:

- 1) Bukti fisik (*tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat

diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap konsumen. Diantaranya meliputi fasilitas fisik (gedung, buku, rak buku, meja dan kursi, dan sebagainya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawai.

- 2) Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Mengabaikan dan membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- 4) Jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen, antara lain:
 - a. Komunikasi (*communication*), yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada konsumen dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga para konsumen dapat dengan mudah mengerti apa yang diinformasikan pegawai serta dengan cepat dan tanggap menyikapi keluhan dari konsumen.

- b. Kredibilitas (*credibility*), perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada konsumen, sifat kejujuran, menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.
 - c. Keamanan (*security*), adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari konsumen akan pelayanan yang diterima.
 - d. Kompetensi (*competence*) yaitu keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dapat dilaksanakan dengan optimal.
 - e. Sopan santun (*courtesy*), dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
- 5) Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen

Menurut Berry dalam Saleh (2010 hal. 103) yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi sepuluh indikator pokok kualitas jasa, yaitu :

- 1) *Reliability*, mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat

pertama. Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.

- 2) *Responsiveness*, yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.
- 3) *Competence*, artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
- 4) *Accessibility*, meliputi kemudahan untuk menghubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi, dan lain-lain.
- 5) *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan yang dimiliki para kontak personal.
- 6) *Communication*, artinya memberikan informasi kepada konsumen pada bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan konsumen.
- 7) *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi kontak personal, dan interaksi dengan konsumen.
- 8) *Security*, yaitu aman dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan finansial (*financial security*), dan kerahasiaan (*confidentiality*)

9) *Understanding/Knowing the Customer*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan konsumen.

10) *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, atau penampilan dari personil.

3. Kepuasan

a. Pengertian Kepuasan

Memahami kebutuhan dan keinginan pasien adalah hal penting yang mempengaruhi kepuasan pasien. Pasien yang puas merupakan aset yang sangat berharga karena apabila pasien 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.

Menurut Kotler (2014 hal. 35) mengemukakan bahwa : "Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya". Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Menurut Sumarwan (2009 hal. 322) mengemukakan bahwa : "Kepuasan dan ketidak puasan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut."

Menurut Susanti (2012 hal. 57) mengemukakan bahwa : "Kepuasan merupakan label yang digunakan oleh konsumen untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa".

Dari berbagai definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pasien mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan, karena dengan pasien yang kepuasannya terpenuhi akan melakukan tindakan yang cenderung menguntungkan Rumah Sakit.

b. Aspek-Aspek Kepuasan

Tiap individu konsumen memiliki perilaku yang berbeda-beda pada suatu produk, dimana dapat dilihat aspek-aspek dari kepuasan konsumen menurut (Kotler, 2014 hal. 142), meliputi :

1) *Expectation* (harapan)

Hal yang mempengaruhi harapan konsumen terhadap suatu produk telah dibentuk sebelum konsumen membeli produk tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa produk yang konsumen terima sesuai dengan harapan dan keinginan.

2) *Perfomance* (kinerja)

Performance merupakan pengalaman konsumen terhadap kinerja actual produk ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan konsumen. Selama mengkonsumsi suatu produk, konsumen menyadari kegunaan produk aktual dan menerima kinerja produk tersebut sebagai dimensi yang penting bagi konsumen.

3) Comparisme (kesesuaian)

Setelah mengkonsumsi produk maka konsumen akan membandingkan harapan terhadap kualitas produk sebelum membeli dengan kinerja actual produk tersebut.

4) Confirmation atau Disconfirmation (penegasan)

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman konsumen terhadap penggunaan merek dari produk yang berbeda atau dari pengalaman orang lain.

Sedangkan Menurut Tjiptono (2014 hal. 24), ada beberapa metode untuk mengevaluasi kepuasan pasien, meliputi :

- 1) Kinerja (*Performance*), Karakteristik pokok dari suatu produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli suatu produk
- 2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*), dapat digunakan sebagai fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya, yaitu mengenai karakteristik sekunder
- 3) Keandalan (*Reability*), Kecilnya kemungkinan suatu barang atau jasa rusak atau gagal fungsi dalam periode waktu tertentu dan kondisi tertentu.
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformancetospecification*), Sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen
- 5) Daya tahan (*durability*), Berkaitan dengan umur teknis dan umur Produk

- 6) Mudah diperbaiki (*serviceability*), Meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan
- 7) Estetika (*aesthetics*), Daya tarik atas produk atau jasa yang ditawarkan yang berdasarkan pengindraan konsumen, misalnya model desain

c. Faktor-faktor Kepuasan Konsumen

Menurut Lupyoadi (2011 hal. 128) yang menyatakan bahwa ada lima faktor dalam menentukan kepuasan konsumen yaitu:

- 1) Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan.
- 3) Emosi, yaitu konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- 4) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
- 5) Biaya, yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

d. Tipe-Tipe Kepuasan

Menurut Tjiptono (2014 hal. 229) membedakan tiga tipe kepuasan dan dua tipe ketidakpuasan, yakni :

- 1) *Demanding customer satisfaction*, Tipe ini merupakan tipe kepuasan yang aktif. Adanya emosi positif dari konsumen, yakni optimisme dan kepercayaan.
- 2) *Stable customer satisfaction*, Konsumen dengan tipe ini memiliki tingkat aspirasi pasif dan perilaku yang menuntut. Emosi positifnya terhadap penyedia jasa yang bercirikan *steadiness* dan trust dalam relasi yang terbina saat ini..
- 3) *Resigned customer satisfaction*, Konsumen dalam tipe ini juga merasa puas. Namun, kepuasannya bukan disebabkan oleh pemenuhan harapan, namun lebih didasarkan pada kesan bahwa tidak realistis untuk berharap lebih.
- 4) *Stable customer dissatisfaction*, Konsumen dalam tipe ini tidak puas terhadap kinerjanya, namun cenderung tidak melakukan apa-apa.
- 5) *Demanding dissatisfaction*, Tipe ini bercirikan tingkat aspirasi aktif dan perilaku menuntut.

e. Indikator Kepuasan

Menurut Kottler (2014 hal.128), menyatakan bahwa indikator Kepuasan konsumen dapat dilihat dari :

- 1) Menciptakan *Word-of-Mouth* yaitu dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain
- 2) Menciptakan Citra Merek yaitu pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing
- 3) Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama yaitu membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

- 4) Kepuasan keseluruhan (*over all satisfaction with product*) Tingkatan di mana hasil kinerja pemberi jasa sangat baik.

Menurut Supranto (2011 hal. 112) untuk mengukur kepuasan dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Keberadaan pelayanan (*availability of service*)
- 2) Ketanggapan pelayanan (*responsiveness of service*)
- 3) Ketepatan waktu pelayanan (*timeliness of service*)
- 4) Profesionlisme pelayanan (*professionalism of service*)
- 5) Kepuasan keseluruhan dengan pelayanan (*over all of satisfaction with service*)
- 6) Kepuasan keseluruhan dengan barang (*over all of satisfaction with product*).

B. Kerangka Konseptual

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pasien

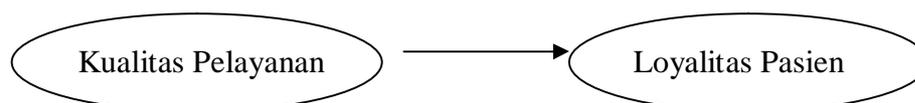
Kualitas pelayanan adalah ukuran sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan konsumen. Setiap konsumen mempunyai harapan tersendiri disaat memutuskan untuk memilih tempat penyedia jasa yang dibutuhkan. Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Dimana kualitas pelayanan merupakan suatu upaya pemenuhan yang dilakukan guna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari para konsumen serta digunakan untuk ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan dari para konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan suatu produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan

dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan tersebut. Kualitas layanan dapat diwujudkan dengan memberikan suatu layanan kepada pasien dengan sebaik mungkin sesuai dengan apa yang telah menjadi harapan pasien.

Menurut Tjiptono (2014 hal. 196) Pelayanan berkaitan erat dengan loyalitas pelanggan dan secara umum dapat diwujudkan dengan tiga cara pokok yaitu : Memperlakukan pelanggan dengan maksimal sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan loyalitas mereka, Perusahaan memberikan jaminan yang luas dan tidak terbatas pada ganti rugi yang dijanjikan dan Perusahaan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan yang mengeluh dengan cara menangani keluhan mereka secara professional.

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, Ritna Rahmawati Dewi (2016) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2. Pengaruh Kepuasan Pasien dengan Loyalitas Pasien

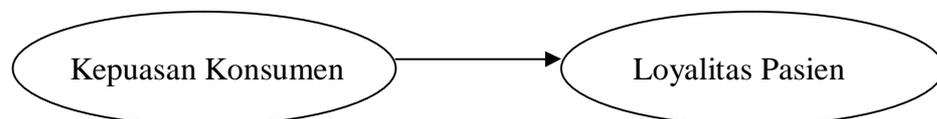
Menurut Kotler dan Keller (2014, hal 139) kepuasan pasien adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Dalam suatu konsep kepuasan pasien terdapat dua elemen yang mempengaruhi yaitu harapan dan kinerja. Harapan adalah pikiran pasien

tentang apa yang akan diterimanya apabila mengkonsumsi suatu produk sedangkan kinerja adalah persepsi pasien tentang apa yang dia terima setelah mengkonsumsi suatu produk.

Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan. Kepuasan pelanggan dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggannya.

Hubungan antara kepuasan dan loyalitas adalah saat dimana konsumen mencapai tingkat kepuasan tertinggi yang menimbulkan ikatan emosi yang kuat dan komitmen jangka panjang dengan merek perusahaan (Kotler, 2014 hal.180).

Menurut penelitian Krismanto (2009 hal. 19) yang menyatakan bahwa kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien menunjukkan bahwa kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien.



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

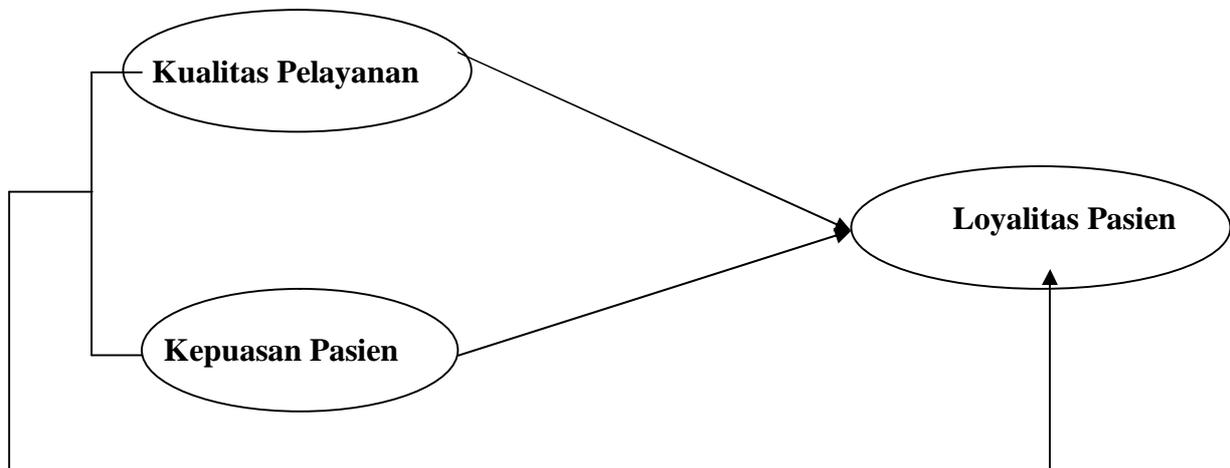
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien

Loyalitas merupakan hal yang penting dibangun setiap perusahaan untuk memenangkan kompetisi. Loyalitas merupakan salah satu kunci sukses dalam memenangkan persaingan bisnis saat ini. Menurut Tjiptono (2014, hal 393) loyalitas pasien adalah komitmen pasien terhadap suatu merek, toko atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Pasien yang loyal tidak hanya seorang pembeli yang melakukan pembelian berulang, tetapi juga mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa. Dengan terciptanya kualitas layanan yang sempurna akan mendorong terciptanya kepuasan pasien dalam membentuk loyalitas pasien karena kualitas layanan merupakan sarana untuk mewujudkan kepuasan pasien dalam membentuk loyalitas pasien.

Menurut Penelitian ini pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, peneliti Menurut Muhammad Ibnu Fajar (2016) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Di Rumah Sakit Embung Fatimah Batam, menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas..

Dari teori dan penelitian terdahulu di atas, maka dapat dibuat kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.3 Kerangka Konseptual

C. Hipotesis

Berdasarkan pada kerangka konseptual di atas maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien Rawat Jalan Rumah Sakit dr. GL. Tobing
2. Ada pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien Rawat Jalan Rumah Sakit dr. GL. Tobing
3. Ada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien Rawat Jalan Rumah Sakit dr. GL. Tobing

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif menurut Sugiyono (2011 hal. 5) merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.”

Variabel penelitian ini terdiri atas 2 jenis variabel, yaitu terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen tersebut adalah kualitas pelayanan dan kepuasan pasien. Sedangkan variabel dependen adalah loyalitas pasien.

B. Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dan definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Independen yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent*) (Sugiyono, 2011 hal. 33).yang terdiri dari :

- a. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah membeli jasa tersebut. Indikator kualitas pelayanan (X1) adalah sebagai berikut (Zheithalm et al, 2009 hal. 180):

- 1) Bukti fisik (*tangibles*)
- 2) Keandalan (*reliability*)
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*)
- 4) Jaminan (*assurance*)
- 5) Empati (*empathy*)

b. Kepuasan Pasien (X2)

Kepuasan pasien mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan, karena dengan pelanggan yang kepuasannya terpenuhi akan melakukan tindakan-tindakan yang cenderung menguntungkan perusahaan.

Indikator kepuasan pasien (X2) adalah sebagai berikut (Kotler (2008 hal.128)) :

- 1) Menciptakan *Word-of-Mouth*
- 2) Menciptakan Citra Merek
- 3) Menciptakan keputusan.
- 4) Kepuasan keseluruhan (*over all satisfaction with product*).

2. Variabel Dependent yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2011 hal. 33)

1. Loyalitas Pasien (Y)

Loyalitas pasien adalah kesetiaan pasien setelah mengalami pelayanan yang dinyatakan dalam perilaku untuk menggunakan jasa pelayanan tersebut dan mencerminkan adanya ikatan jangka panjang antara perusahaan dan pasien.

Indikator loyalitas pasien (Y) adalah sebagai berikut (Hidayat, 2009, hal 103) :

- a) Kepercayaan.
- b) Komitmen Psikologi
- c) Tanggapan atas biaya
- d) Prilaku
- e) Sikap saling kerja sama

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan Rumah Sakit dr. GL. Tobing beralamat di Jalan Medan, Tanjung Morawa.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2017 sampai dengan April 2018, dengan perincian penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Des 2017				Jan 2018				Feb 2018				Mar 2018				Apr 2018			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul	■																			
2	Pra Riset		■																		
3	Penyusunan Proposal			■	■	■	■														
4	Seminar Proposal							■													
5	Riset								■												
6	Penulisan Skripsi									■	■	■	■								
7	Bimbingan Skripsi													■	■	■	■				
8	Sidang Meja Hijau																	■			

D. Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiono (2011 hal. 62) menyatakan bahwa populasi adalah Wilayah Generalisasi terdiri objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah pasien Rumah Sakit dr. GL. Tobing untuk pasien rawat jalan.

Sampel

Sampel adalah bagian dari beberapa jumlah dan memiliki karakteristik dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2011 hal.63). Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel penelitian bila dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang melakukan pengobatan pada Rumah Sakit dr. GL. Tobing Rawat Jalan yaitu sebanyak 50 pasien.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

a. Kuesioner

Teknik ini dilakukan dengan membagikan kuesioner dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan kepada responden secara langsung dan segera dikembalikan kepada peneliti. Peneliti sendiri menggunakan skala likert dengan bentuk *checklist*.

Menurut Sugiyono Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dengan jawaban pertanyaan yang mempunyai 5 (lima) opsi seperti yang terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.2
Skala Pengukuran Likert

Pertanyaan	Bobot
• Sangat Setuju/Tepat	5
• Setuju /Tepat	4
• Kurang Setuju /Tepat	3
• Tidak Setuju /Tepat	2
• Sangat Tidak Setuju / Tepat	1

1) Uji Validitas

Untuk mengukur validitas dari setiap pertanyaan, teknik yang digunakan adalah dengan korelasi *product moment*, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_1 y_1 - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{\{n \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2\} \{n \sum y_1^2 - (\sum y_1)^2\}}}$$

Sumber :Sugiyono (2011 hal. 142).

Dimana :

- n = Banyaknya pengamatan
- $\sum x$ = Jumlah pengamatan variabel x
- $\sum y$ = Jumlah pengamatan variabel y
- $(\sum x^2)$ = Jumlah kuadrat pengamatan variabel x
- $(\sum y^2)$ = Jumlah kuadrat pengamatan variabel y
- $(\sum x)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel x
- $(\sum y)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel y
- $\sum x_1 y$ = Jumlah hasil kali variabel x dan y

Ketentuan apakah data valid atau tidak adalah dengan melihat probabilitas koefisien korelasinya. Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah

atau valid tidaknya suatu kuesioner. Untuk mengetahui apakah suatu item valid atau tidak maka dilakukan perbandingan antara koefisien r hitung dengan koefisien r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel berarti item valid. Sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel berarti item tidak valid.

Dimana untuk hasil uji validitas untuk variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No Pertanyaan	r hitung	r table	Status
1.	0,632	0,279	Valid
2.	0,628	0,279	Valid
3.	0,572	0,279	Valid
4.	0,589	0,279	Valid
5.	0,522	0,279	Valid
6	0,508	0,279	Valid
7	0,552	0,279	Valid
8	0,522	0,279	Valid
9	0,578	0,279	Valid
10	0,603	0,279	Valid

Sumber : *Data Penelitian Diolah*

Dimana untuk hasil uji validitas untuk variabel kepuasan pasien dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Pasien

No Pertanyaan	r hitung	r table	Status
1.	0,607	0,279	Valid
2.	0,617	0,279	Valid
3.	0,654	0,279	Valid
4.	0,576	0,279	Valid
5.	0,631	0,279	Valid
6	0,541	0,279	Valid
7	0,489	0,279	Valid
8	0,605	0,279	Valid

Sumber : *Data Penelitian Diolah*

Untuk hasil uji validitas pada variabel loyalitas pasien dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Instrumen Loyalitas Pasien

No Pertanyaan	r _{hitung}	r _{table}	Status
1.	0,505	0,279	Valid
2.	0,523	0,279	Valid
3.	0,501	0,279	Valid
4.	0,526	0,279	Valid
5.	0,516	0,279	Valid
6	0,515	0,279	Valid
7	0,510	0,279	Valid
8	0,492	0,279	Valid
9	0,548	0,279	Valid
10	0,517	0,279	Valid

Sumber : *Data Penelitian Diolah*

Dari semua butir pertanyaan untuk masing-masing variabel (kualitas pelayanan dan kepuasan pasien, terhadap loyalitas pasien) yang diuji, ternyata semua butir pertanyaan mempunyai status valid.

1) Uji Reliabilitas

Reliability (reliabilitas) berarti adanya ketepatan data yang didapat pada waktu berwaktu. Reliabilitas berkenaan dengan tingkat keandalan suatu instrument penelitian. Menurut Imam Ghozali (2013 hal. 47) pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Dikatakan reliable bila hasil alpha > 0,60 dengan rumus alpha sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{\sum s_b^2}{s_t^2} \right)$$

(Azuar dalam Juliandi, 2013 hal.86)

Dimana:

- r = reliabilitas instrument
- k = banyak butir pertanyaan
- s_t^2 = varians total
- $\sum s_b^2$ = jumlah varians butir

Setelah data yang diuji valid, maka selanjutnya butir instrument yang valid diatas diuji reliabilitasnya, pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*, dimana untuk reliable yang dapat dikatakan cukup baik apabila hasil Alpha $\geq 0,6$, hasilnya seperti ditunjukkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 3.6
Ringkasan Pengujian Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach Alpha	Status
Kualitas Pelayanan	0,766	Reliabel
Kepuasan Pasien	0,732	Reliabel
Loyalitas Pasien	0,691	Reliabel

Sumber : *Data Penelitian*

Dari tabel di atas maka dapat diketahui bahwa realibilitas instrument kualitas pelayanan sebesar 0,766 (reliabel), Instrument kepuasan pasien (variabel X₂) sebesar 0,732 (reliabel), loyalitas pasien (variabel Y) sebesar 0,691 (reliabel)

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudia menarik kesimpulan dari pengujian tersebut, dengan rumus-rumus dibawah ini :

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan uji regresi ganda untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun secara simultan. Teknik analisis berganda ini dilakukan dengan bantuan *software* statistik yaitu *SPSS 23 (Statistical*

Product and Service Solution). Persamaan dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Dalam metode analisis data ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan spesifikasi model sebagai berikut :

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

Sumber : Sugiyono (2011 hal. 192)

Keterangan :

- Y : Variabel Loyalitas Pasien
- a : Konstanta
- X₁ : Variabel Kualitas Pelayanan
- X₂ : Variabel Kepuasan Pasien
- b : Koefisien regresi
- e : Variabel pengganggu

Penggunaan model regresi linear berganda harus memenuhi asumsi klasik, antara lain:

a) Uji Normalitas Data

Menurut Ghozali (2013 hal. 110) tujuan dilakukan uji normalitas adalah: “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik”.

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability* plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan

dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya

b) Uji Autokorelasi

Menurut Ghazali (2013 hal. 99) Uji autokorelasi adalah pengujian untuk melihat apakah dalam regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang beruntun sepanjang waktu berkaitan satu dengan yang lainnya. Menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin-Waston (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$)
- 2) Terjadi autokorelasi negatif, jika nilai DW diatas $+2$ atau $DW > +2$.

c) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lainnya dalam suatu model regresi, atau untuk mengetahui ada tidaknya korelasi diantaras sesama variabel independen. Uji Multikolinearitas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (*tolerance value*) dan nilai *variance inflation factor* (VIF) dengan nilai yang disyaratkan. Nilai yang disyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,1, dan untuk nilai VIF kurang dari 10 (Ghozali, 2013 hal. 88).

d) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian untuk melihat apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari *residual* suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Suatu model regresi yang baik harus bebas dari masalah heteroskedastisitas. Menurut Ghazali (2013 hal. 125) uji heteroskedastisitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan dengan pengamatan lainnya.

2. Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

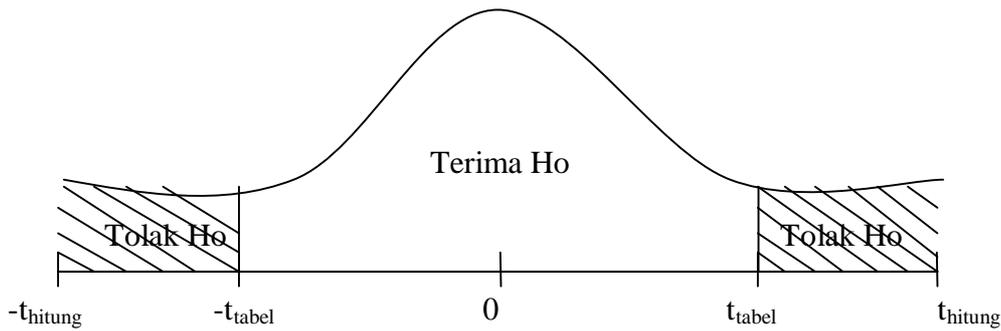
Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013 hal. 84). Dimana uji t mencari t_{hitung} dan membandikan dengan t_{tabel} apakah variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak dengan variabel dependen. Menghitung nilai signifikan t dengan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber: Ghazali (2013 hal. 84)

Dimana: t = Nilai t_{hitung}
 r = Koefisien korelasi
 n = Jumlah sampel

Atau dapat dilihat dari distribusi kurva normal atas pengujian t adalah sebagai berikut :



Gambar 3.1 Kriteria Pengujian Hipotesis

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

1. Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika $-t_{tabel} \geq t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

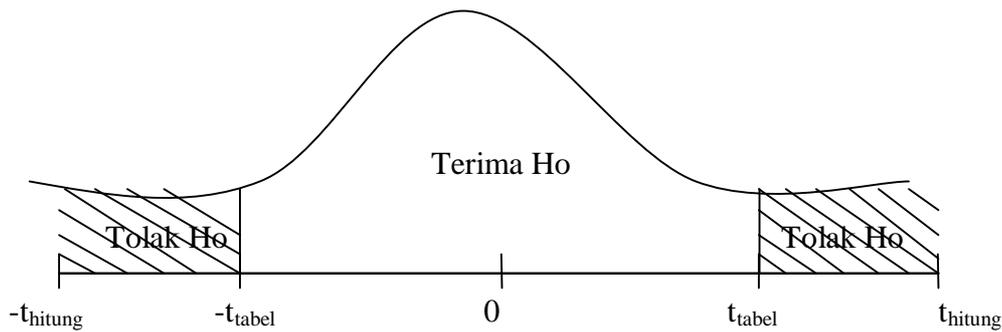
Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel tidak bebas. Dimana uji F mencari “ F_{hitung} ” dan membandingkan dengan “ F_{tabel} ”, apakah variabel variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak dengan variabel dependen, nilai F_{hitung} dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / (k-2)}{(1-R^2) / (N-k)}$$

Sumber : Ghozali (2013 hal. 87)

Dimana: N= jumlah sampel
k= jumlah variabel
R= koefisien korelasi ganda

Atau dapat dilihat dari distribusi kurva normal atas pengujian t adalah sebagai berikut :



Gambar 3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

1. Jika $-F_{tabel} \leq F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika $F_{hitung} \leq -F_{tabel}$ atau $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Uji Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) pada intinya mengukur ketepatan atau kecocokan garis regresi yang dibentuk dari hasil pendugaan terhadap hasil yang diperoleh. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2013 hal.112). Rumus untuk mengukur besarnya proporsi adalah:

$$KD = R^2 \times 100 \%$$

Dimana: KD = Koefisien Determinan.

R^2 = Kuadrat Korelasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini penulis mengolah angket dalam bentuk data yang terdiri dari 10 pertanyaan untuk variabel (X_1), 10 pertanyaan untuk variabel (X_2), dan 8 pertanyaan untuk variabel (Y) dimana yang menjadi variabel X_1 , adalah Kualitas Pelayanan, yang menjadi variabel X_2 adalah Kepuasan Pasien, dan variabel Loyalitas Pasien (Y). Angket yang disebarakan ini diberikan kepada 50 responden sebagai sampel penelitian dan dengan menggunakan metode *Likert Summated Rating* (LSR).

Tabel 4.1
Skala Likert

PERNYATAAN	BOBOT
- Sangat Setuju	5
- Setuju	4
- Kurang Setuju	3
- Tidak setuju	2
- Sangat Tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono (2013, hal. 87)

Dan ketentuan diatas berlaku baik didalam menghitung variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Kepuasan Pasien (X_2), maupun variabel Loyalitas Pasien (Y).

a. Karakteristik Responden

Responden penelitian ini adalah konsumen pada yang melakukan pengobatan di Rumah Sakit dr. GL. Tobing sebanyak 50 responden.

Karakteristik responden pasien yang terdaftar pada Rumah Sakit dr. GL. Tobing adalah sebagai berikut.

Tabel 4.2
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Wanita	27 orang	54 %
2	Pria	23 orang	46%
	Jumlah	50 orang	100%

Sumber : Rumah Sakit dr. GL. Tobing

Dari tabel dapat diketahui bahwa responden yang melakukan pengobatan terdiri dari 27 orang wanita (54%) dan pria sebanyak 23 orang (46%). Hal ini terjadi karena pada waktu yang melakukan pengobatan rawat jalan pada Rumah Sakit dr. GL. Tobing proporsinya lebih banyak perempuan dibandingkan laki-laki.

Tabel 4.3
Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia Responden	Jumlah	Persentase (%)
1	20-30	20 orang	40 %
2	31-40	17 orang	34 %
3	41-50	10 orang	20 %
4	> 51	3 orang	6%
	Jumlah	50 orang	100 %

Sumber : Rumah Sakit dr. GL. Tobing

Dari tabel diketahui bahwa responden yang melakukan rawat jalan pada kelompok yang terbesar berada pada umur 20 – 30 tahun sebanyak 20 orang (40%), sedangkan kelompok yang terkecil berada pada umur > 51 tahun sebanyak 3 orang (6%).

b. Analisa Variabel Penelitian

Untuk lebih membantu berikut ini penulis sajikan tabel hasil skor jawaban responden dari angket yang penulis sebarakan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan

Alternatif Jawaban												
No Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	30	60	20	40	0	0	0	0	0	0	50	100
2	22	44	26	52	2	4	0	0	0	0	50	100
3	24	48	22	44	4	8	0	0	0	0	50	100
4	26	52	23	46	1	2	0	0	0	0	50	100
5	31	62	19	38	0	0	0	0	0	0	50	100
6	28	56	20	40	2	4	0	0	0	0	50	100
7	30	60	17	34	3	6	0	0	0	0	50	100
8	27	54	20	40	3	6	0	0	0	0	50	100
9	25	50	24	48	1	2	0	0	0	0	50	100
10	28	56	19	38	3	6	0	0	0	0	50	100

Sumber : *Data Penelitian Diolah*

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Dari jawaban pertama mengenai keluhan pasien, mayoritas responden menjawab sangat setuju 30 orang dengan presentase sebesar 60%
2. Dari jawaban kedua mengenai ruang tunggu di unit layanan Rumah Sakit, mayoritas responden menjawab setuju 26 orang dengan presentase sebesar 52%
3. Dari jawaban ketiga mengenai perawat cepat dan tanggap, mayoritas responden menjawab sangat setuju 24 orang dengan presentase sebesar 48%
4. Dari jawaban keempat mengenai tenaga medis memberikan pelayanan teliti, hati-hati dan tepat waktu, mayoritas responden menjawab sangat setuju 26 orang dengan presentase sebesar 52%
5. Dari jawaban kelima mengenai tenaga medis dan petugas lainnya, membantu jika ada permasalahan, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan 31 orang dengan presentase sebesar 62%

6. Dari jawaban keenam mengenai perawat yang mau mendengarkan dengan baik, mayoritas responden menjawab setuju 28 orang dengan presentase sebesar 56%
7. Dari jawaban ketujuh mengenai tenaga medis memberikan pelayanan teliti, mayoritas responden menjawab sangat setuju 30 orang dengan presentase sebesar 60%
8. Dari jawaban kedelapan mengenai pasien merasa aman untuk berobat, mayoritas responden menjawab sangat setuju 27 orang dengan presentase sebesar 54%
9. Dari jawaban kesembilan mengenai dokter berusaha menenangkan rasa cemas, mayoritas responden menjawab sangat setuju 25 orang dengan presentase sebesar 50%
10. Dari jawaban kesepuluh mengenai tenaga medis dan petugas lainnya, membantu jika ada permasalahan yang terjadi pada pasien, mayoritas responden menjawab sangat setuju 28 orang dengan presentase sebesar 56%

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada jawaban responden yang menyetujui bahwa kualitas pelayanan melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan memiliki pengaruh kuat didalam perusahaan. Terbukti dengan jawaban responden yang lebih mendominasi menjawab sangat setuju.

Tabel 4.5
Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pasien

Alternatif Jawaban												
No Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	29	58	20	40	1	2	0	0	0	0	50	100
2	22	44	24	48	4	8	0	0	0	0	50	100
3	20	40	27	54	3	6	0	0	0	0	50	100
4	22	44	25	50	3	6	0	0	0	0	50	100
5	32	64	17	34	1	2	0	0	0	0	50	100
6	27	54	22	44	1	2	0	0	0	0	50	100
7	30	60	19	38	1	2	0	0	0	0	50	100
8	22	44	24	48	4	8	0	0	0	0	50	100

Sumber : *Data Penelitian Diolah*

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Dari jawaban pertama mengenai merasa puas dengan keramahan, mayoritas responden menjawab sangat setuju 29 orang dengan presentase sebesar 58%
2. Dari jawaban kedua mengenai puas dengan kesopanan, dan kemampuan petugas, mayoritas responden menjawab setuju 24 orang dengan presentase sebesar 48%
3. Dari jawaban ketiga mengenai mengenal Rumah Sakit dr. GL. Tobing, mayoritas responden menjawab setuju 27 orang dengan presentase sebesar 54%
4. Dari jawaban keempat mengenai bangunan Rumah Sakit dr. GL. Tobing terlihat indah, rapi dan bersih, mayoritas responden menjawab setuju 25 orang dengan presentase sebesar 50%
5. Dari jawaban kelima mengenai tenaga medis Rumah Sakit dr. GL. Tobing memiliki jiwa cekatan, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan 32 orang dengan presentase sebesar 64%

6. Dari jawaban keenam mengenai Rumah Sakit dr. GL. Tobing memberikan pelayanan yang adil, mayoritas responden menjawab sangat setuju 27 orang dengan presentase sebesar 54%
7. Dari jawaban ketujuh mengenai puas dengan keramahan yang diberikan oleh dokter, perawat, mayoritas responden menjawab sangat setuju 30 orang dengan presentase sebesar 60%
8. Dari jawaban kedelapan mengenai puas dengan dokter dan perawat di Rumah Sakit dr. GL. Tobing yang cepat tanggap, mayoritas responden menjawab setuju 24 orang dengan presentase sebesar 48%

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada jawaban responden yang menyetujui bahwa kepuasan pasien melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan memiliki pengaruh kuat didalam perusahaan. Terbukti dengan jawaban responden yang lebih mendominasi menjawab sangat setuju.

Tabel 4.6
Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pasien

No Per	Alternatif Jawaban											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	30	60	16	32	4	8	0	0	0	0	50	100
2	30	60	17	34	3	6	0	0	0	0	50	100
3	25	50	23	46	2	4	0	0	0	0	50	100
4	27	54	21	42	2	4	0	0	0	0	50	100
5	31	62	17	34	2	4	0	0	0	0	50	100
6	27	54	22	44	1	2	0	0	0	0	50	100
7	24	48	25	50	1	2	0	0	0	0	50	100
8	23	46	23	46	4	8	0	0	0	0	50	100
9	26	52	22	44	2	4	0	0	0	0	50	100
10	25	50	20	40	5	10	0	0	0	0	50	100

Sumber : *Data Penelitian Diolah*

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Dari jawaban pertama mengenai kepercayaan terhadap konsistensi pelayanan, mayoritas responden menjawab sangat setuju 30 orang dengan presentase sebesar 60%
2. Dari jawaban kedua mengenai kepercayaan informasi dari perawat, mayoritas responden menjawab sangat setuju 30 orang dengan presentase sebesar 60%
3. Dari jawaban ketiga mengenai perasaan memiliki ikatan emosional yang kuat dengan tenaga medis, mayoritas responden menjawab sangat setuju 25 orang dengan presentase sebesar 50%
4. Dari jawaban keempat mengenai keramahan para perawat membuat senang pasien, mayoritas responden menjawab sangat setuju 27 orang dengan presentase sebesar 54%.
5. Dari jawaban kelima mengenai kondisi kesehatan yang diterima pasien, mayoritas responden menjawab sangat setuju 31 orang dengan presentase sebesar 62%
6. Dari jawaban keenam mengenai merasa sangat kesusahan jika harus berpindah ke Rumah sakit yang lain, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan 27 orang dengan presentase sebesar 54%
7. Dari jawaban ketujuh mengenai menginformasikan pengalamam rumah sakit, mayoritas responden menjawab setuju 25 orang dengan presentase sebesar 50%

8. Dari jawaban kedelapan mengenai tanggapan yang positif kepada pasien tentang kinerja rumah sakit, mayoritas responden menjawab sangat setuju 23 orang dengan presentase sebesar 46%
9. Dari jawaban kesembilan mengenai merekomendasikan kepada orang lain/keluarga untuk melakukan pengobatan di Rumah Sakit dr. GL. Tobing, mayoritas responden menjawab sangat setuju 26 orang dengan presentase sebesar 52%
10. Dari jawaban kesepuluh mengenai mempromosikan untuk berobat di Rumah Sakit dr. GL. Tobing karena keramahan dan kenyamanan, mayoritas responden menjawab sangat setuju 25 orang dengan presentase sebesar 50%

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada jawaban responden yang menyetujui bahwa loyalitas pasien melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan memiliki pengaruh kuat didalam perusahaan. Terbukti dengan jawaban responden yang lebih mendominasi menjawab sangat setuju.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan perhitungan analisis regresi linier berganda yang dilakukan melalui statistik, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.7
Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.608	2.810		1.996	.052
Kuali_Pelay	.606	.103	.641	5.864	.000
Kepiua_Pas	.335	.123	.297	2.717	.009

a. Dependent Variable: Loyal_Pas

Berdasarkan output SPSS di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 5,608 + 0,606 X_1 + 0,335 X_2 + e$

Model tersebut menunjukkan arti bahwa:

- a. Konstanta = 5,608.

Jika variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pasien diasumsikan tetap maka loyalitas pasien akan meningkat sebesar 5,608.

- b. Koefisien Kualitas Pelayanan X_1

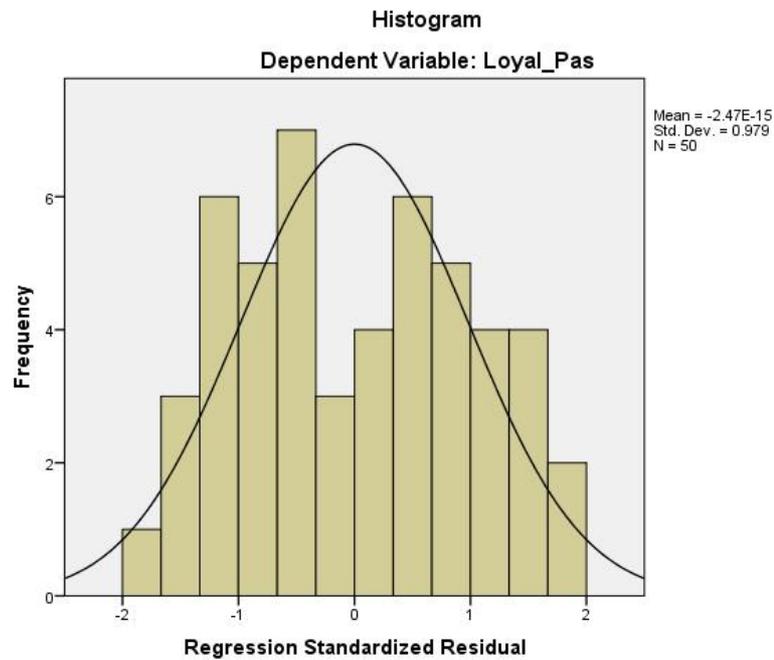
Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,606. Menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk kualitas pelayanan akan diikuti terjadi kenaikan loyalitas pasien sebesar 0,606.

- c. Koefisien Kepuasan Pasien X_2

Nilai koefisien kepuasan pasien menunjukkan angka sebesar 0,335. menyatakan bahwa apabila terjadi kenaikan 1 skor untuk kepuasan pasien akan diikuti dengan terjadi kenaikan loyalitas pasien sebesar 0,335.

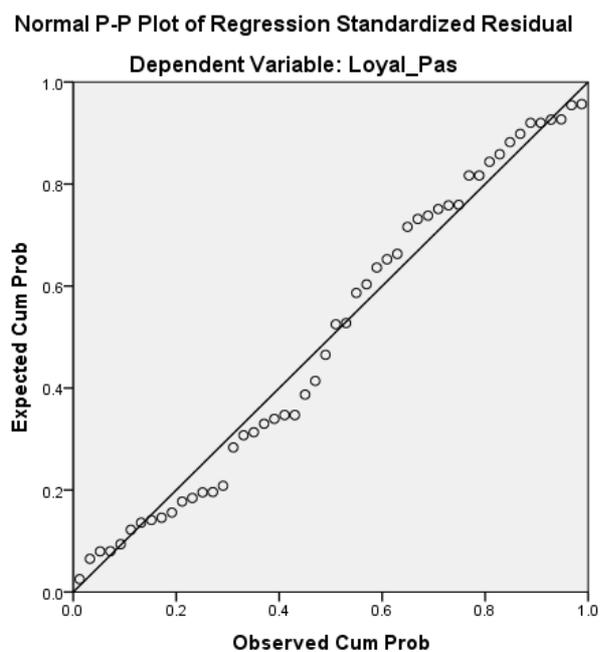
a. Uji Normalitas

Uji normalitas menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan uji histogram dan uji normal probability plot. Regresi memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal. Hasil dari uji normalitas dengan menggunakan program SPSS 23 adalah sebagai berikut :



Gambar 4.1
Grafik Histogram

Berdasarkan tampilan gambar 4.1 di atas terlihat bahwa grafik histogram menunjukkan adanya gambaran pola data yang baik. Kurva *dependent* dan *regression standarized residual* membentuk gambar seperti lonceng dan mengikuti arah garis diagonal sehingga memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4.2
Penelitian menggunakan P-Plot

Berdasarkan gambar grafik 4.2 normal *probability plot* di atas dapat dilihat bahwa gambaran data menunjukkan pola yang baik dan data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka grafik normal *probability plot* tersebut terdistribusi secara normal.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Berikut ini adalah hasil pengujian autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW).

Tabel 4.8
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.898 ^a	.807	.798	1.37971	2.230

a. Predictors: (Constant), Kepiua_Pas, Kual_Pelay

b. Dependent Variable: Loyal_Pas

Pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai DW yang diperoleh adalah sebesar 2.230. Nilai d_l dan d_u yang diperoleh dengan K (jumlah variabel bebas) = 2 dan N (jumlah sampel) = 50. Jadi nilai d_l sebesar 1,285 dan d_u sebesar 1,445. Nilai DW yang diperoleh lebih besar dari nilai d_u dan lebih kecil dari nilai $(4-d_u = 4-1,445 = 2,555)$ yaitu $1,285 < 2,230 < 2,555$ yang berarti bahwa tidak terjadi autokorelasi.

c. Uji Multikolinieritas

Salah satu asumsi model regresi linier adalah tidak terdapat korelasi yang sempurna atau korelasi tidak sempurna tetapi sangat tinggi pada

variabel-variabel bebasnya. Uji multikolinieritas mengukur tingkat keeratan tingkat asosiasi (keeratan) hubungan atau pengaruh antar variabel bebas melalui besaran koefisien korelasi. Multikolinieritas dapat diketahui dengan melihat nilai *tolerance* (α) dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Variabel bebas mengalami multikolinieritas jika α hitung $< \alpha$ dan VIF hitung $> VIF$. Variabel bebas tidak mengalami multikolinieritas jika α hitung $> \alpha$ dan VIF hitung lebih $< VIF$. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* < 0.10 atau sama dengan nilai VIF > 10 . Hasil dari uji multikolinieritas dengan menggunakan program SPSS 23 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9
Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	5.608	2.810		1.996	.052		
	Kuali_Pelay	.606	.103	.641	5.864	.000	.345	2.902
	Kepiua_Pas	.335	.123	.297	2.717	.009	.345	2.902

a. Dependent Variable: Loyal_Pas

Pada Tabel 4.9 dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X_1) dengan nilai *tolerance* sebesar 0,345 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,902 lebih kecil dari 10.
2. Kepuasan Pasien (X_2) dengan nilai *tolerance* sebesar 0,345 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,902 lebih kecil dari 10.

Karena nilai *tolerance* yang diperoleh untuk setiap variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh untuk setiap variabel lebih kecil

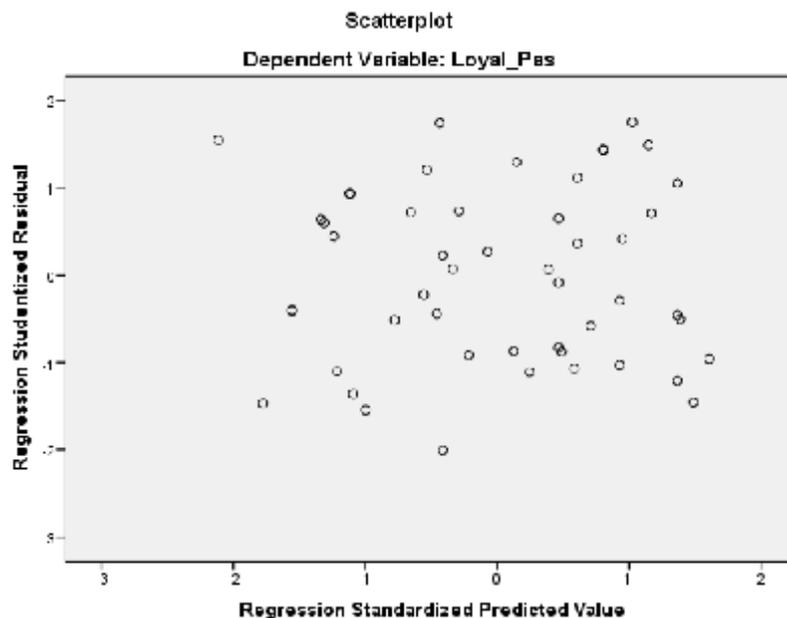
dari 10, maka artinya data variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pasien bebas dari adanya gejala multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk menguji sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama, maka disebut terjadi homokedastisitas, dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas.

1. Analisis Grafik

Hasil analisis uji heterokedastisitas menggunakan grafik scatterplot ditunjukkan pada gambar berikut ini:



Gambar 4.3
Uji Heterokedastisitas

Pada gambar 4.3 grafik scatterplot dapat terlihat bahwa hasil grafik scatterplot menunjukkan data tersebar secara acak dan tidak membentuk

pola tertentu. Data tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat heterokedastisitas.

3. Uji Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap variabel terikat loyalitas pasien maka perlu dilakukan uji t. pengujian secara parsial dapat dilihat dari uji t, apabila nilai probabilitasnya $< 0,05$, H_0 ditolak yang berarti ada pengaruh yang signifikan. Hasil uji parsial dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10
Uji t

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.608	2.810		1.996	.052		
	Kuali_Pelay	.606	.103	.641	5.864	.000	.345	2.902
	Kepiua_Pas	.335	.123	.297	2.717	.009	.345	2.902

a. Dependent Variable: Loyal_Pas

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh $t_{hitung} (5.864) > t_{tabel} (1,68)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien.

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel kepuasan pasien diperoleh $t_{hitung} (2,717) > t_{tabel} (1,68)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien.

4. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap variabel terikat loyalitas pasien secara bersama-sama. Berdasarkan pengujian dengan SPSS versi 23 diperoleh output ANOVA pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	373.251	2	186.626	98.039	.000 ^b
	Residual	89.469	47	1.904		
	Total	462.720	49			

a. Dependent Variable: Loyal_Pas

b. Predictors: (Constant), Kepiua_Pas, Kual_Pelay

Dari uji ANOVA atau F test di dapat nilai F_{hitung} (98.039) > F_{tabel} (3.18) dengan tingkat signifikansi 0.000. Karena probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0.05 maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan kepuasan pasien secara bersama-sama terhadap loyalitas pasien.

5. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya kontribusi kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap variabel terikat loyalitas pasien secara simultan dapat diketahui berdasarkan nilai *R Square* pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.12
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.898 ^a	.807	.798	1.37971	2.230

a. Predictors: (Constant), Kepiua_Pas, Kual_Pelay

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat dilihat nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,798 atau 79,8% yang berarti bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien. Pada tabel juga ditunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,807 atau 80,7% yang artinya pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien sebesar 80,7%, sedangkan sisanya 19,3% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini, misalnya promosi, harga dan variabel lainnya.

B. Pembahasan

Dari hasil penelitian terlihat bahwa semua variabel bebas (kualitas pelayanan dan kepuasan pasien) memiliki koefisien b yang positif, berarti seluruh variabel bebas mempunyai pengaruh yang searah terhadap variabel Y (loyalitas pasien). Lebih rinci hasil analisis dan pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit dr. GL. Tobing

Terdapat pengaruh positif variabel kualitas pelayanan (X_1), terhadap variabel loyalitas pasien (Y) yang ditunjukkan $t_{hitung} (5.864) > t_{tabel} (1,68)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan hubungan seperti ini terkandung arti bahwa makin tinggi / baik X_1 (kualitas pelayanan) maka akan tinggi/baik variabel Y (loyalitas pasien). Kemudian diperoleh pula bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Menurut Kotler (2014 hal. 275) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan jaminan terbaik untuk menciptakan dan mempertahankan kesetiaan konsumen dan benteng pertahanan dalam menghadapi persaingan

global. Artinya pelayanan yang berkualitas dari perusahaan akan mempengaruhi loyalitas konsumen.

Penelitian ini juga pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya, Mei Gawati Puspitasari (2011 hal. 17) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien.

2) Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit dr. GL. Tobing

Terdapat pengaruh positif variabel kepuasan pasien (X_2), terhadap variabel loyalitas pasien (Y) yang ditunjukkan diperoleh $t_{hitung} (2,717) > t_{tabel} (1,68)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Dengan hubungan seperti ini terkandung arti bahwa makin tinggi / baik X_2 (kepuasan pasien) maka akan tinggi/baik variabel Y (loyalitas pasien). Kemudian diperoleh pula bahwa kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.

Hubungan antara kepuasan dan loyalitas adalah saat dimana konsumen mencapai tingkat kepuasan tertinggi yang menimbulkan ikatan emosi yang kuat dan komitmen jangka panjang dengan merek perusahaan (Kotler, 2014 hal.180).

Penelitian ini juga pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya, Krismanto (2009 hal. 19) yang menyatakan bahwa b kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien menunjukkan bahwa kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien.

3) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit dr. GL. Tobing

Pengujian yang dilakukan secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kepuasan pasien (X_2) berpengaruh terhadap loyalitas pasien Rawat Jalan Rumah Sakit dr. GL. Tobing. Dengan nilai F_{hitung} (98.039) > F_{tabel} (3.18) dengan tingkat signifikansi 0.000. Selanjutnya nilai *R Square* sebesar 0,807 atau 80,7% yang artinya pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien sebesar 80,7%, sedangkan sisanya 19,3% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini, misalnya promosi, harga dan variabel lainnya

Kepuasan pasien adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Menurut Muhammad Ibnu Fajar (2016) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Di Rumah Sakit Embung Fatimah Batam, menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas..

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian mengenai Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit dr. GL. Tobing. Responden pada penelitian ini berjumlah 50 responden, kemudian telah dianalisa, maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pasien yang ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} (5.864) > t_{tabel} (1,68)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien.
2. Terdapat pengaruh positif variabel kepuasan pasien terhadap variabel loyalitas pasien yang ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} (2,717) > t_{tabel} (1,68)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien.
3. Pengujian yang dilakukan secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien Rawat Jalan Rumah Sakit dr. GL. Tobing. Dengan nilai $F_{hitung} (98.039) > F_{tabel} (3.18)$ dengan tingkat signifikansi 0.000, dengan nilai $R Square$ sebesar 0,807 atau 80,7% yang artinya pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien sebesar 80,7%,

sedangkan sisanya 19,3% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini, misalnya promosi, harga dan variabel lainnya.

B. Saran

1. Sebaiknya Rumah Sakit dr. GL. Tobing lebih meningkatkan ketepatan dan kecepatan dalam memberikan pelayanan, ketepatan dalam mendiagnosis penyakit, ketepatan jadwal dokter, kelengkapan peralatan medis, pelayanan yang sama kepada setiap pasien tanpa memperhatikan status sosial, kesopanan dan keramahan petugas, kebersihan peralatan, kebersihan dan kerapian petugas, serta ketenangan dan kenyamanan lingkungan .
2. Peningkatan kepuasan pasien yang dilakukan oleh pihak Rumah Sakit dr. GL. Tobing tidak terlepas dari usaha-usaha yang terarah dan terpadu yang dilaksanakan secara konsisten dan berkesinambungan. Dalam memenuhi harapan tersebut diharapkan bagi para dokter dan pegawai untuk melakukan kegiatan sesuai dengan standar kerja yang ditetapkan oleh Departemen Kesehatan Republik Indonesia..
3. Untuk meningkatkan loyalitas pasien dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan kepuasan pasien.
4. Hendaknya Rumah Sakit memberikan angket kepada pasien-pasien yang telah sembuh sehubungan dengan pelayanan dan kepuasan pasien.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Anwar, Prabu Mangkunegara. (2013). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika.
- Assauri Sofjan. (2008). *Strategic Marketing*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Assegaff, Mohammad. (2009). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 10. No. 2. 2009.
- Azuar Juliandi dan Irfan. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Medan : Citapustaka Media Perintis
- Gaffar, Vanessa. (2007). *Costumer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, Ricky W dan Ebbert, Ronald J. (2010). *Bisnsi Edisi ke delapan Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kertajaya, Hermawan. (2007). *Seri 9 Hermawan Kertajaya on Marketing Mix*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2014). *Marketing Management, Edisi 14*, New Jersey: Prentice-Hall Published
- Krismanto, Adi. (2009). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah*. Tesis-- Universitas Diponegoro : Semarang.
- Lovelock, Chirstoper dan Jochen Wirtz. (2011). *Service Marketing*. New Jersey. USA : Pearson
- Lupiyoadi, Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta : Salemba Empat
- Mei Gawati Puspitasari. (2011). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Keluarga Sehat Hospital Pati*. Jurnal Analisis Manajemen. Vol. 5 No. 2 Desember 2011
- Muhammad Fajar Ibnu dan Hasibuan Rahman. (2016). *Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien rawat jalan dan rawat inap di Rumah Sakit Embung Fatimah Batam*. Jurnal Ekonomi Vol 3 No 2 Hal 1-16
- Rachmad Hidayat. (2009). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*.Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 11(1), 2009.

- Ritna Rahmawati Dewi. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Pengguna Bpjs Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel IntervJening*. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya Vol. 18, No. 2, Desember 2016
- Saleh, Muwafik, Akh. (2010). *Public Service Communication*. Cetakan Pertama. Malang: UMM Press.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi Revisi Cetakan 14. Bandung :Alfabeta
- Sumarwan, Ujang dan Agus Djunaidi, Aviliani. (2009). *Pemasaran Strategik: Strategi untuk Pertumbuhan Perusahaan dalam penciptaan nilai bagi pemegang saham*. Jakarta: Inti Prima Promosindo.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Susanti, Retno. (2012). *Product Private Labels Brands Sebagai Alternatif Meraih Konsumen Pada Perusahaan Ritel*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol 12.2012
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2014), *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua, Cetakan Keempat. Yogyakarta: ANDI
- Zeithaml. VA. Bitner MJ. (2009). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm. 3rd Edition*. Boston: McGraw Hill/Irwin.