

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini masalah kesehatan sudah menjadi kebutuhan yang utama bagi masyarakat. Kebutuhan yang dimaksud adalah kebutuhan untuk mendapatkan pelayanan kesehatan. Seiring dengan meningkatnya taraf kehidupan masyarakat, maka semakin meningkat pula tuntutan masyarakat akan nilai-nilai kesehatan. Hal ini yang menjadikan Rumah Sakit Semen Gresik dituntut untuk meningkatkan kualitas akan pelayanan kesehatan jasa kesehatan yang lebih baik, tidak saja pelayanan kesehatan yang bersifat menyembuhkan saja tetapi lembaga kesehatan juga dituntut untuk dapat memberikan kepuasan pasien Rumah Sakit.

Pelayanan kesehatan baik yang dikelola oleh swasta maupun pemerintah harus memenuhi perizinan, pola tarif dan persyaratan pelayanan kesehatan, yang pada dasarnya adalah untuk memberikan pelayanan kesehatan yang tidak memenuhi standar atau tidak bermutu, agar tidak membahayakan keselamatan dan kesehatan. Upaya pelayanan kesehatan swasta dibidang medis diatur dalam Peraturan Kesehatan Nomor 920/MENKES/XII/1986.

Sektor jasa sebagai penyedia layanan telah berkembang sangat pesat, demikian juga pada industri jasa kesehatan terutama Rumah Sakit. Rumah sakit merupakan salah satu lembaga yang bergerak dibidang pelayanan jasa kesehatan dengan tanggung jawab memberikan pengobatan, memberikan perawatan, mengusahakan

kesembuhan dan kesehatan pasien, serta megupayakan pendidikan hidup sehat bagi masyarakat.

Pengertian rumah sakit menurut Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 340/MENKES/PER/III/2010, dikemukakan bahwa rumah sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Rumah Sakit Umum adalah rumah Sakit yang memberikan pelayanan kesehatan pada semua bidang dan jenis penyakit.

Rumah Sakit Semen Gresik merupakan salah satu rumah sakit yang cukup terkenal di kota Gresik, yang berbentuk rumah sakit umum yang dikelola oleh Yayasan Cipyta Nirmala Semen Gresik. Semakin bagus kualitas dan fasilitas yang diberikan tidak menutup kemungkinan semakin bagus pula kualitas penerus yang akan dihasilkan. Hal ini menjadi pertimbangan bagi pasien yang akan berobat. Kepercayaan pasien adalah salah satu motivasi bagi pihak Rumah Sakit untuk berobat, agar pasien mempunyai persepsi positif terhadap Rumah Sakit tersebut, sehingga pasien berkeinginan untuk berobat di rumah Sakit yang menurut persepsi mereka mempunyai nilai yang baik.

Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan Tjiptono (2006;43).

Menurut Sugihartono, dkk (2007;8) mengemukakan bahwa persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk kedalam alat indera manusia. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan. Ada yang

mempersiapkan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata.

Subroto (2008;36) menyatakan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang. Lebih luas lagi tentang pengertian fasilitas menurut Arikonto (2008;2) dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan segala sesuatu usaha.

Menurut Swastha (2007;147) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Fandi Tjiptono (2008;151) Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasanya) yang ditukarkan agar memperoleh hak dan kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Menurut Fandi Tjiptono (2007;468) harga itu bersifat fleksibel, artinya disesuaikan dengan cepat. Dari empat unsur bauran pemasaran tradisional, harga adalah elemen yang paling mudah diubah dan diadaptasikan dengan dinamika pasar. Ini terlihat jelas dari persaingan harga ('perang diskon') yang kerap terjadi dalam industri ritel.

Kesimpulannya harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Penentuan harga produk jasa yang dilakukan oleh sebuah rumah sakit sangat berpengaruh pada pelayanan pasien untuk menentukan pilihan pada produk

jasa tersebut. Biasanya pasien akan membanding-bandingkan harga, dan memilih layanan jasa yang harganya sesuai kemampuan pasien.

Kepercayaan atau *trust* didefinisikan sebagai persepsi akan kehandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan Ferrinadevi (2008;147)

Kepercayaan secara jelas sangat bermanfaat dan penting untuk membangun relationship, walaupun menjadi pihak yang dipercaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama. Persaingan rumah sakit yang semakin ketat menuntut peningkatan kualitas pelayanan sebuah rumah sakit. Persaingan yang terjadi bukan saja dari sisi teknologi peralatan kesehatan, tetapi juga persaingan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan kesehatan rumah sakit dicerminkan sebagai pelayanan jasa kesehatan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan pasien sebagai pemakai jasa pelayanan rumah sakit. Kualitas Pelayanan juga merupakan faktor penting dalam pemasaran.

Hal tersebut sepaham dengan pendapat kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2005) dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009;133) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992).

Tabel 1.1
Kunjungan ke Bagian Rawat Inap Tahun 2016

No	Bulan	Pasien Rawat Inap
1.	Januari	1149
2.	Februari	1050
3.	Maret	1125
4.	April	1099
5.	Mei	1121
6.	Juni	1038
7.	Juli	1028
8.	Agustus	1075
9.	September	1003
10.	Oktober	1003
11.	November	1004
12.	Desember	977
Total		12672

Sumber :LaporanRekapPasienRawatInap Rssg

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari bulan Januari-februari 2016 jumlah pasien rawat inap mengalami penurunan dan mengalami peningkatan pada bulan Maret 2016 dan mengalami penurunan kembali pada bulan April sebanyak 1099 pasien. Dari jumlah pasien Rumah Sakit Semen Gresik terlihat jumlah pasien yang mengalami peningkatan dan penurunan. Hal tersebut menunjukkan bahwa perubahan yang terjadi tidak terlalu signifikan.

Berdasarkan pada uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Persepsi Atas Fasilitas, Harga, Kepercayaan, Dan Kualitas Pelayanan Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Unit Rawat Inap Rumah Sakit Semen Gresik”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka masalah penelitian yang dapat dirumuskan adalah:

1. Apakah persepsi atas Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien unit rawat inap Rumah Sakit Semen Gresik?
2. Apakah persepsi atas Harga berpengaruh terhadap kepuasan pasien unit rawat inap Rumah Sakit Semen Gresik?
3. Apakah persepsi atas Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pasien unit rawat inap Rumah Sakit Semen Gresik?
4. Apakah persepsi atas Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien unit rawat inap Rumah Sakit Semen Gresik?
5. Apakah persepsi atas Fasilitas, Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan pasien unit rawat inap Rumah Sakit Semen Gresik?

3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka dapat diketahui tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi Fasilitas terhadap kepuasan pasien pada unit rawat inap Rumah Sakit Semen Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi Harga terhadap kepuasan pasien pada unit rawat inap Rumah Sakit Semen Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi Kepercayaan terhadap kepuasan pasien pada unit rawat inap Rumah Sakit Semen Gresik.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pasien pada unit rawat inap Rumah Sakit Semen Gresik.
5. Untuk mengetahui pengaruh persepsi Fasilitas, Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Layanan secara simultan terhadap kepuasan pasien pada unit rawat inap Rumah Sakit Semen Gresik.

1.4. Manfaat Penelitian

Suatu penelitian dilakukan diharapkan dapat memberikan berbagai macam manfaat. Adapun manfaat yang ingin diperoleh dengan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Bagi Rumah Sakit

Dengan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan pertimbangan untuk mengadakan evaluasi bagi Rumah Sakit Semen Gresik dalam meningkatkan kepuasan pasien.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sarana untuk memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan serta bermanfaat sebagai perbandingan ilmu dan teori yang diterima selama masa perkuliahan dengan praktek dilapangan serta untuk memenuhi salah satu persyaratan akademis untuk memenuhi dalam menyelesaikan studi dan meraih gelar sarjana (S1) di Universitas Muhammadiyah Gresik.

3. Bagi Mahasiswa atau Akademisi

Sebagai salah satu sumber referensi bagi kepentingan keilmuan serta sumbangan pemikiran dan informasi khususnya bagi mahasiswa yang mendalami bidang manajemen pemasaran dan bermanfaat bagi perpustakaan Universitas Muhammadiyah Gresik, sebagai bahan bacaan dan pembelajaran bagi mahasiswa lainnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Maftukin (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Bandeng Juwana Elrina Semarang”. Variabel Independen yang digunakan adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk. Variabel dependen yang digunakan adalah loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian ini menyimpulkan pada Uji F menyatakan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Toko bandeng Juwana secara bersama-sama. Uji t menunjukkan diterimanya hipotesis yang menyatakan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sasi Agustin (2016)” Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Konsumen Kebab King Abi. Dengan variabel independen harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Variabel dependen kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda, dan dapat disimpulkan bahwa R square (R^2) sebesar 0,662 atau menunjukkan sumbangan atau kontribusi dari harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen yang membeli produk kebab King Abi Kapas Krampung sebesar 66,2%. Sedangkan sisanya ($100\% - 66,2\% = 33,85$) disumbang oleh faktor lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Sartika Moha (2016) “Analisis Pelayanan Dan fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta di Kota Manado”. Dengan variabel independen kualitas pelayanan dan fasilitas. Variabel dependen kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda, dan dapat menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan dengan kata lain fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 2.1
Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang

No	Item	Peneliti		Persamaan	Perbedaan
		Terdahulu	Sekarang		
1.	Judul	Muhammad Maftukhin (2013) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Bandeng Juwana Elrina Semarang	Sri Ajeng Yanisha (2017) Pengaruh Persepsi Atas Fasilitas, Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Kesehatan terhadap Kepuasan Pasien Pada Unit Rawat Inap Rumah Sakit Semen Gresik		
	Variabel Bebas	a. Kualitas Pelayanan b. Kualitas produk	a. Fasilitas b. Harga c. Kepercayaan d. Kualitas Pelayanan	a. Kualitas Pelayanan	Kepercayaan
	Variabel Terikat	Loyalitas Pelanggan	Kepuasan Pasien	Kepuasan Konsumen	
	Teknik Analisis	Regresi Berganda	Regresi Linear Berganda		
2.	Judul	Sasi Agustin (2016) Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kebab King Abi.	Sri Ajeng Yanisha (2017) Pengaruh Persepsi Atas Fasilitas, Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Kesehatan terhadap Kepuasan Pasien Pada Unit Rawat Inap Rumah Sakit Semen Gresik		
	Variabel Bebas	a. Harga b. Kualitas Produk c. Kualitas Pelayanan	a. Fasilitas b. Harga c. Kepercayaan d. Kualitas Pelayanan	Harga, Kualitas Pelayanan	Fasilitas, kualitas produk, Kepercayaan
	Variabel Terikat	a. Kepuasan Konsumen	a. Kepuasan Pasien	Kepuasan	
	Teknik Analisis	Regresi Berganda	Regresi Linear Berganda		

3.	Judul	Sartika Moha (2016) Analisis Pelayanan Dan fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta di Kota Manado	Sri Ajeng Yanisha (2017) Pengaruh Persepsi Atas Fasilitas, Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Kesehatan terhadap Kepuasan Pasien Pada Unit Rawat Inap Rumah Sakit Semen Gresik		
	Variabel Bebas	a. Kualitas Pelayanan b. Fasilitas	a. Fasilitas b. Harga c. Kepercayaan d. Kualitas Pelayanan	Harga dan Kepercayaan	Mutu Layanan, Lokasi
	Teknik Analisis	Kepuasan Konsumen	Kepuasan Pasien	Kepuasan Pasien	

Sumber Data : Diolah sendiri

2.1.1 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran (*marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan social. American Marketing Association (AMA) menawarkan definisi formal berikut: *Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.*

Menangani proses pertukaran ini membutuhkan banyak kerja dan ketrampilan. Manajemen pemasaran terjadi ketika setidaknya satu pihak dalam sebuah pertukaran potensial berpikir tentang cara-cara untuk mencapai respons yang diinginkan pihak lain. Karenanya kita memandang manajemen pemasaran (*marketing management*) sebagai seni dan ilmu *memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul* (Kotler, 2008:5).

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba (Swastha dan Irawan, 2008:5).

2.2.2 Manajemen Pemasaran

Menurut Tjiptono (2011;2) manajemen pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional.

Manajemen pemasaran menurut Kotler dan Keller (2011;6) manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang umum.

2.2.3 Jasa

Menurut Lupiyoadi (2006;7) Jasa (*service*) itu sendiri mempunyai banyak arti, mulai pelayanan pribadi sampai jasa sebagai suatu produk. Jadi pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) konsumen.

2.2.3 Rumah Sakit

Menurut keputusan Menteri kesehatan Republik Indonesia No. 340/MENKES/PER/III/2010 adalah: “Rumah sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat”.

Sedangkan pengertian rumah sakit menurut Peraturan menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 1204/Menkes/SK/X/2004 tentang Persyaratan Kesehatan Lingkungan Rumah Sakit, dinyatakan bahwa: “Rumah sakit merupakan sarana pelayanan kesehatan, tempat berkumpulnya orang sakit maupun orang sehat, atau dapat menjadi tempat penularan penyakit serta memungkinkan terjadinya pencemaran lingkungan dan gangguan kesehatan”.

Dari pengertian diatas, rumah sakit melakukan beberapa jenis pelayanan diantaranya pelayanan medic, pelayanan penunjang medis, pelayanan perawatan, pelayanan rehabilitasi, pencegahan dan peningkatan kesehatan, sebagai tempat pendidikan dan atau pelatihan medik dan para medis, sebagai tempat penelitian dan pengembangan ilmu dan teknologi bidang kesehatan serta untuk menghindari risiko dan gangguan kesehatan sebagaimana yang dimaksud, sehingga perlu adanya penyelenggaraan kesehatan lingkungan rumah sakit sesuai dengan persyaratan kesehatan.

2.2.4.1 Jenis dan Penggolongan Rumah Sakit

Menurut peraturan Menteri Kesehatan Tahun 1988 No. 159b/Menkes/Kes/II/II/1988 Bab II pasal 3 dinyatakan rumah sakit dapat dimiliki dan diselenggarakan oleh pemerintah dan swasta.

1. Rumah Sakit Pemerintah

Dimiliki dan diselenggarakan oleh: Departemen kesehatan, Pemerintah Daerah, ABRI, serta Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Rumah sakit pemerintah, dapat berupa rumah sakit umum, dan rumah sakit khusus. (Wijoyono,1999;872).

a. Rumah sakit umum

Rumah sakit umum adalah rumah sakit yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan kepada masyarakat untuk semua jenis penyakit dari pelayanan dasar sampai dengan sub spesialisasi sesuai dengan kemampuannya.

b. Rumah sakit khusus

Rumah sakit khusus adalah rumah sakit yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan kepada masyarakat untuk jenis penyakit tertentu berdasarkan disiplin ilmu tertentu. Misal: rumah sakit jiwa, rumah sakit tuberkulosa paru-paru dan lainnya.

2. Rumah Sakit Swasta

Adalah pelayanan yang merupakan bagian integral dari jaringan pelayanan medik yang diselenggarakan oleh perorangan, kelompok, yayasan, dan

badan hukum lain yang bersifat social, yang meliputi upaya penyembuhan (kuratif) dan pemulihan (rehabilitative).

Pelayanan swasta di bidang medic diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan nomor 920/MENKES/PER/XII/86 (Wijoyono, 1999; 833). Pelayanan kesehatan di bidang medic terdiri dari:

a. Pelayanan medic dasar

Adalah medic terhadap individu atau keluarga dalam masyarakat yang dilaksanakan oleh tenaga kesehatan maksimal dokter umum atau dokter gigi.

b. Pelayanan medic spesialistik

Adalah pelayanan medic terhadap individu atau kelompok dalam masyarakat yang dilaksanakan oleh dokter spesialis atau dokter gigi spesialis atau kelompok dokter spesialis.

2.2.5 Persepsi

Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala di sekitarnya. Persepsi mengandung pengertian yang sangat luas, menyangkut *interndan ekstern*.

Berbagai ahli telah memberikan definisi yang beragam tentang persepsi, walaupun pada prinsipnya mengandung makna yang sama.

Sugiharto, dkk (2007;8) mengemukakan bahwa persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam indera manusia. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan. Ada yang

memperepsikan semua itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negative yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata.

Persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. (Slamet, 2010: 102).

Jalaludin (2007;51) menyatakan persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Setiap orang mempunyai kecendrungan dalam melihat benda yang sama dengan cara yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut bisa dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah pengetahuan, pengalaman, dan sudut pandangannya. Persepsi juga bertautan dengan cara pandang seseorang terhadap suatu objek tertentu dengan cara yang berbeda-beda dengan menggunakan alat indera yang dimiliki, kemudian berusaha untuk menafsirkannya. Persepsi baik positif maupun negative ibarat *file* yang sudah tersimpan rapi di dalam alam pikiran bawah sadar kita. *File* itu akan segera muncul ketika ada stimulus yang memicunya serta ada kejadian yang membukanya. Persepsi merupakan hasil kerja otak dalam memahami atau menilai suatu hal yang terjadi di sekitarnya (Waidi, 2006; 118).

Dari penjelasan di atas dapat ditarik suatu kesamaan pendapat bahwa persepsi merupakan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga berbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri individu sehingga individu sadar

akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya.

2.2.6 Fasilitas

Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para konsumen dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi (Sulastiyono, 2006;28).

Pada sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa bersangkutan dimata pelanggan (Tjiptono &Chandra, 2005 :93). Apabila fasilitas jasa tersedia dengan baik dan memadai maka pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit dapat optimal.Pasien juga akan merasa terlayani dengan baik sehingga dengan dengan ketersediaan fasilitas yang baik dapat menimbulkan kepuasan pasien.

Menurut Sulastyono (2011:98) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik untuk memberikan kemuduahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya, sehingga kebutuhan-kebutuhan pengunjung dapat terpenuhi selama berkunjung.

Sedangkan menurut Kotler (2009;75) menyatakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

2.2.7 Harga

Philip Kotler, Kevin Lane Keller (2009;67) Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen lain menghasilkan biaya. Mungkin harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan; fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengomunikasikan positioning nilai yang dimaksudkan dari produk atau merek perusahaan ke pasar. Produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang besar.

Sedangkan menurut Lamb, Hair, McDaniel (2001;268) Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. Harga khususnya merupakan pertukaran uang bagi barang atau jasa. Juga pengorbanan waktu karena menunggu untuk memperoleh barang atau jasa. Para konsumen tertarik untuk mendapatkan suatu “harga yang pantas”. “Harga yang pantas” sesungguhnya berarti “nilai yang dipersepsikan pantas (*perceived reasonable value*)” pada saat transaksi dilakukan.

2.2.6.1 Konsep Harga

Harga adalah sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas / kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu.

Terdapat 5 jenis pokok utilitas, yaitu:

1. Utilitas bentuk (*Form Utility*)

Berhubungan dengan proses produksi / konversi, yaitu perubahan fisik atau kimiawi yang membuat suatu produk menjadi lebih bernilai.

2. Utilitas Tempat (*Place Utility*)

Terbentuk jika produk tersedia di lokasi-lokasi tempat konsumen ingin membelinya.

3. Utilitas Waktu (*Time Utility*)

Tercipta apabila suatu produk tersedia saat dibutuhkan oleh para pelanggan potensial.

4. Utilitas Informan (*Information Utility*)

Dengan jalan menginformasikan calon pembeli mengenai keberadaan atau ketersediaan suatu produk. Bila konsumen belum mengetahui keberadaan suatu produk dan tempat penjualannya, maka produk bersangkutan belum ada nilainya. Salah satu bentuk utilitas informasi adalah utilitas citra (*image utility*) yakni berupa nilai emosional / psikologis yang diasosiasikan dengan produk / merek tertentu. Utilitas citra bisa dijumpai pada produk-produk prestisius seperti Universitas terkemuka, jasa penerbangan terkenal, butik dan galeri terkemuka.

5. Utilitas Kepemilikan (*Ownership Utility*)

Tercipta jika terjadi transfer kepemilikan atau hak milik atau suatu produk dari produsen ke konsumen. Pendeknya berbagai benefit yang dimiliki oleh suatu produk jasa harus dibandingkan dengan berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengkonsumsi layanan jasa tersebut. Dalam

berbagai situasi, konsumen dihadapkan pada berbagai pertimbangan mengenai apa yang akan mereka dapatkan pada berbagai pertimbangan mengenai apa yang akan mereka dapatkan dengan harga sekian apabila mengkonsumsi layanan jasa tersebut.

Konsumen sangat tergantung pada harga sebagai indikator kualitas sebuah produk terutama pada waktu mereka harus membuat keputusan beli sedangkan informasi yang dimiliki tidak lengkap. Beberapa studi telah menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk berubah-ubah seiring perubahan yang terjadi pada harga. Konsep yang lain menunjukkan apabila harga sebuah barang yang dibeli konsumen dapat memberikan hasil yang memuaskan, maka dapat dikatakan bahwa penjualan total perusahaan akan berada pada tingkat yang memuaskan, diukur dalam rupiah, sehingga dapat menciptakan langganan. Dalam harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi differensiasi barang dalam pemasaran (Basu Swastha, 2007;148).

2.2.6.2 Penetapan Harga

Philip Kotler, Kevin Lane Keller (2009;76) Perusahaan harus mempertimbangkan banyak faktor dalam menentukan kebijakan penetapan harga:

1. Memilih Tujuan Penetapan Harga

Mula-mula perusahaan memutuskan di mana perusahaan ingin memposisikan penawaran pasarnya. Semakin jelas tujuan perusahaan, semakin mudah perusahaan menetapkan harga.

2. Menentukan Permintaan

Setiap harga akan mengarah ke tingkat permintaan yang berbeda dan karena itu akan memiliki berbagai dampak pada tujuan pemasaran perusahaan.

3. Mempikirkan Biaya

Permintaan menetapkan batas atas harga yang dapat dikenakan perusahaan untuk produknya. Biaya menetapkan batas bawah. Perusahaan ingin mengenakan harga yang dapat menutupi biaya memproduksi, mendistribusikan, dan menjual produk, termasuk tingkat pengembalian yang wajar untuk usaha dan risikonya. Tetapi, ketika perusahaan menetapkan harga produk yang dapat menutupi biaya penuh mereka, profitabilitas tidak selalu menjadi hasil akhirnya.

4. Menganalisis Biaya, Harga, dan Penawaran Pesaing

Dalam kisaran kemungkinan harga yang ditentukan oleh permintaan pasar dan biaya perusahaan, perusahaan harus memperhitungkan biaya, harga, dan kemungkinan reaksi harga pesaing. Mula-mula perusahaan harus mempertimbangkan harga pesaing terdekat. Pengenalan harga baru atau perubahan harga lama dapat memprookasi respons dari pelanggan, pesaing, distributor, pemasok, dan bahkan pemerintah.

5. Memilih Metode Penetapan Harga

Perusahaan memilih metode penetapan harga yang mencakup satu atau lebih dari tiga pertimbangan ini.

2.2.8 Kepercayaan

Kotler (2009:219) Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor antar pribadi dan antar organisasi, seperti kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan hati perusahaan, pendapat tentang perusahaan secara keseluruhan, dan persepsi perusahaan akan berubah sesuai pengalaman.

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata janji atau perkataan orang lain dan dapat dipercaya Barners dalam Kusmayadi, (2007;148).

2.2.9 Kualitas Pelayanan

Konsumen memiliki harapan tertentu atas aspek pelayanan, bila yang dirasakan melebihi yang diharapkan maka dapat dikatakan konsumen puas atas pelayanan. Namun tidak mudah untuk mengukur sejauh mana kepuasan itu, dan sejauh mana pelayanan dikatakan baik (Sunarto, 2007;107).

Menurut Tjiptono (2009;34) kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan

tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Dengan kata lain ada dua faktor utama mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diterapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan.

Kotler (2008;124) menyatakan bahwa cara mengukur kualitas layanan dapat berfokus pada dua macam riset, yaitu:

1. Riset konsumen

Mengkaji persepektif konsumen mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta meliputi aspek-aspek komplain konsumen, servey purna jual, wawancara kelompok fokus, dan survei kualitas jasa.

2. Riset non-konsumen

Mengkaji persepektif karyawan mengenai kelemahan dan kekuatan perusahaan, serta kinerja karyawan, dan juga dapat menilai kinerja jasa pesaing dan dapat dijadikan basis perbandingan pemasarannya.

2.2.9.1 Dimensi Pelayanan

Menurut Zheithalm dalam Ariani (2009;180) terdapat limadimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

1. Reliability (*kehandalan*)

Berkaitan dengan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

2. Responsiveness (*daya tanggap*)

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan dengan segera dan tanggap.

3. Assurance(*jaminan*)

Berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan.

4. Empathy (*empaty*)

Berarti memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan.

5. Tangibles(*Bukti Fisik*)

Berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas pelayanan, peralatan atau perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi atau sarana komunikasi.

2.2.10 Kepuasan Pasien

Ada dua faktor yang sangat menentukan kepuasan konsumen yaitu harapan pelanggan bagaimana produk tersebut berfungsi (*performance expectation*), harapan tersebut adalah standar kualitas yang akan dibandingkan dengan kinerja produk yang sesungguhnya dirasakan konsumen.

Maka pada dasarnya pelanggan menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk dan jasa yaitu dengan membandingkan kinerja yang pelanggan rasakan dengan suatu tingkat harapan pelanggan yang telah dipersepsikan terlebih dahulu. Apabila pelanggan merasa puas maka akan

menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tersebut yang dapat mendorong kemungkinan dilakukannya pembelian ulang atas produk tersebut.

Menurut Kotler & Kiler (2009:140) untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu ;

1. *Survei berkala* yaitu melacak kepuasan konsumen secara langsung dan juga mengajukan pertanyaan tambahan untuk mengukur niat pembelian kembalidan kemungkinan atau kesediaan responden untuk merekomendasikan kepada orang lain.
2. Perusahaan dapat mengamati tingkat kehilangan pelanggan dan menghubungi pelanggan yang berhenti membeli atau beralih ke pemasok lain untuk mengetahui alasannya.

Perusahaan dapat memperkerjakan pembelanja misterius untuk berperan sebagai pembeli potensial.

2.2.11 Hubungan Antar Variabel

2.2.11.1 Hubungan Persepsi atas Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien

Menurut Tjiptono (2007;145) jasa bersifat *intangible* karenanya konsumen seringkali mengandalkan *tangible cues* atau physical evidence dalam mengevaluasi sebuah jasa sebelum membelinya dan menilai kepuasannya selama dan setelah dikonsumsi.

Fasilitas merupakan bukti fisik representasi dari jasa, yang biasanya berupa peralatan yang digunakan. Istilah sarana dan prasarana sebenarnya sama dengan fasilitas, yang mana dapat diartikan dengan segala sesuatu (baik

berupa fisik dan uang) yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha (Arikunto, 2007;110).

Hal ini dapat disimpulkan bahwa hubungan persepsi atas fasilitas terhadap kepuasan pasien bersifat positif.

2.2.11.2 Hubungan Persepsi atas Harga terhadap Kepuasan Pasien

Harga merupakan faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian, sehingga faktor harga ini tidak bisa dikesampingkan oleh perusahaan. Dengan kata lain, pada tingkat harga tertentu yang telah dikeluarkan konsumen dapat merasakan manfaat dari produk yang telah dibelinya sehingga konsumen akan merasa puas apabila manfaat yang mereka dapatkan sebanding atau bahkan lebih tinggi dari harga yang ditetapkan.

Dengan demikian disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal (Tjiptono, 1999).

Hal ini dapat disimpulkan bahwa hubungan persepsi atas harga terhadap kepuasan pasien bersifat positif.

2.2.11.3 Hubungan Persepsi atas Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien

Kepercayaan terbentuk dari pengalaman masa lalu dan interaksi sebelumnya. Suatu pengalaman dapat didefinisikan sebagai kesadaran dan perasaan yang dialami konsumen selama pemakaian produk atau jasa (Sunarto, 2006:236) Kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang

dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan tentang objek, atribut dan manfaatnya (Mowen dan Minor 2010:312). Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah suatu kesadaran dan perasaan yang dimiliki oleh konsumen untuk mempercayai sebuah produk, dan digunakan penyedia jasa sebagai alat untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa hubungan persepsi atas harga terhadap kepuasan pasien bersifat positif.

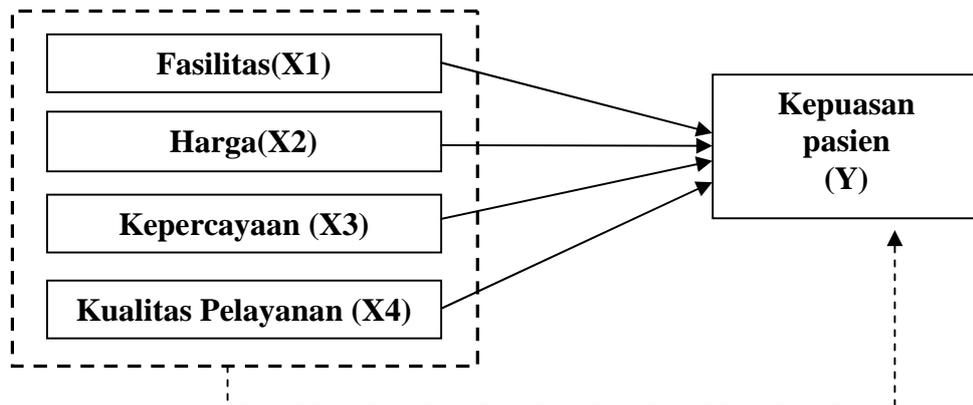
2.2.11.4 Hubungan Persepsi atas Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien

Merli dalam Iskandar (2008;6) mengungkapkan bahwa kualitas produk merupakan hal yang terpenting dalam menciptakan suatu produk. Semakin berkualitas produk atau jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi dan sebaliknya bila produk dan jasa yang diberikan oleh suatu badan usaha mengecewakan maka kesan yang tercipta akan buruk dan dapat menyebabkan pelanggan tersebut pindah ke badan usaha lain.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa hubungan persepsi atas harga terhadap kepuasan pasien bersifat positif.

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan tujuan penelitian, maka dalam penelitian ini akan digunakan model analisis sebagai berikut :



Keterangan :

- > : Secara Simultan
- > : Secara Parsial

Gambar 2.2
Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis

Dalam penelitian ini diajukan sebuah hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan yang telah dikemukakan. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah:

H1 = Diduga ada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pasien unit rawat inap Rumah Sakit Semen Gresik.

H2= Diduga ada pengaruh harga terhadap kepuasan pasien unit rawat inap Rumah Sakit Semen Gresik.

H3 = Diduga ada pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pasien unit rawat inap Rumah Sakit Semen Gresik.

H4= Diduga ada pengaruh harga terhadap kepuasan pasien unit rawat inap Rumah Sakit Semen Gresik.

H5 = Diduga ada pengaruh secara simultan fasilitas, harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien pada unit rawat inap rumah sakit semen Gresik.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. (Indriantoro, 2014:12) penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.

3.2. Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini berlokasi di Rumah Sakit Semen Gresik. Lokasi yang mudah dijangkau karena lokasi berada di jalan raya. Rumah Sakit Semen Gresik terletak di jalan RA Kartini No. 280 Gresik, Jawa Timur.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah pasien yang pernah menggunakan jasa Rawat Inap Rumah Sakit Semen Gresik.

Menurut Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit, Pasal 1 Angka (4), dikatakan bahwa Pasien adalah setiap orang yang melakukan konsultasi masalah kesehatannya untuk memperoleh pelayanan kesehatan yang diperlukan baik secara langsung maupun tidak langsung di rumah Sakit.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Teknik pengambilan yang digunakan adalah dengan *non probability sampling* yaitu memilih sampel secara tidak acak sehingga setiap elemen populasi mempunyai probabilitas yang berbeda untuk dipilih menjadi sampel (Indriantoro, 2014;121). Prosedur yang digunakan adalah *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang ditemui tersebut dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono;2008).

Menurut Irawan dalam Sukandarrumidi (2004;54) mengatakan bahwa jumlah sampel minimum adalah 100. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden, sebagai pasien rumah sakit semen Gresik.

3.3 Jenis dan Sumber data

3.3.1 Jenis Data

Berdasarkan sumbernya, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data primer. Menurut Burhan(2008;122) data primer merupakan diperoleh secara langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Data primer didapatkan dari hasil pengisian kuisoner (angket) pasien unit rawat inap Rumah Sakit Semen Gresik.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari pasien yang pernah dirawat di Rumah Sakit Semen Gresik.

3.5 Teknik Pengambilan Data

Teknik Pengambilan data dalam penelitian ini dengan menggunakan metode sebagai berikut :

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya Sugiyono (2013;80). Kuisioner dalam penelitian ini dibuat dalam bentuk pilihan ganda yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti dan didistribusikan kepada responden (Pasien) di Rumah Sakit Semen Gresik.

3.6 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1. Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas / *Independent*

Variabel bebas atau independen merupakan sejumlah gejala dengan berbagai unsure/atau faktor yang ada didalamnya yang menentukan / mempengaruhi adanya variabel yang lain. Dalam hal ini yang menjadi variabel bebas adalah:

X1 = Fasilitas

X2 = Harga

X3 = Kepercayaan

X4 = Kualitas Pelayanan

2. Variabel Terikat / *Dependent*

Variabel dependent (terikat) adalah suatu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini:

Y = Kepuasan Konsumen

3.6.2 Definsi Opersional Variabel

Merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur sehingga peneliti dapat mengetahui baik buruknya pengukuran tersebut. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

1. Fasilitas (X1)

Menurut Subroto (2008;36) menyatakan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang. Variabel fasilitas lebih memakai indikator berikut :

a. Kebersihan yang diberikan

- b. Kenyamanan ruangan
- c. Kelengkapan peralatan medis

2. Harga (X2)

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas produk / jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk/jasa tersebut (Kotler & Amstrong, 2001:439). Harga merupakan salah satu indikator dalam perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pasien rawat inap pada Rumah sakit Semen Gresik.

Adapun indikatornya adalah:

- a. Kesesuaian Harga dengan kualitas pelayanan
- b. Daya Saing Harga
- c. Keterjangkauan Harga

3. Kepercayaan (X3)

Adalah perekat yang memungkinkan perusahaan untuk mempercayai orang lain dalam mengorganisir dan menggunakan sumber daya secara efektif.

Berikut 3 indikator yaitu :

- a. Kompetensi (kehandalan) jasa
- b. Kejujuran perusahaan
- c. Menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

4. Kualitas Pelayanan (X4)

Menurut Kotler (2007:139), pelayanan adalah suatu tindakan atau perbuatan-perbuatan yang tidak berwujud dimana sebuah kelompok bisa menawarkannya

pada kelompok lain yang tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Adapun indikator-indikator pelayanan (Budiarti, 2006:19) yaitu :

- a. Komunikasi yang ramah
- b. Perhatian yang tinggi
- c. Cepat dalam melayani konsumen.

5. Variabel Dependent (Y) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Semen Gresik.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya berikut 3 indikator yaitu:

- a. Pengalaman
- b. Harapan
- c. Merekomendasikan pada orang lain

3.7 Teknik Pengukuran Data

Teknik pengambilan data yang dilakukan adalah dengan cara penyebaran kuesioner, yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan pada responden untuk mendapatkan data yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian mengenai karakteristik responden, dan daftar pertanyaan tentang penilaian konsumen atas pengaruh persepsi atas fasilitas, harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien unit rawat inap Rumah Sakit Semen Gresik. Hal ini dilakukan dengan tujuan memperoleh berupa jawaban-jawaban dari responden.

Dengan menggunakan rentang skala 1 sampai 5, dimana semakin tinggi nilai skor yang diberikan maka akan semakin baik nilai indikator tersebut.

Adapun perincian penilaian tersebut adalah :

1. Jawaban SS (Sangat Setuju) dengan skor nilai 5
2. Jawaban S (Setuju) dengan skor nilai 4
3. Jawaban RR (Ragu-Ragu) dengan skor nilai 3
4. Jawaban TS (Tidak Setuju) dengan skor nilai 2
5. Jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor nilai 1

Makin sesuai antara jawaban yang diberikan responden dengan jawaban yang diharapkan, maka semakin tinggi skor atau bobot yang diperoleh. Jawaban setiap item instrumen tersebut menggunakan skala Likert dalam bentuk pilihan ganda.

3.8 Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013;121) validitas adalah instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Dalam Uji Validitas ini suatu butir pertanyaan atau variabel dinyatakan valid jika r hasil $>$ dari angka kritis dalam tabel r product moment, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dan jumlah data $(n) = 100$.

r tabel didapat dari taraf signifikansi () sebesar 5% (0,05) dengan derajat beba satau *degree of reedom* (df) menggunakan rumus berikut :

$$\boxed{df = n - 2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

2 = *two tail test*

3.8.2 Uji Realibilitas

Menurut (Indriantoro, 2014;180) Uji Reliabilitas dapat dipahami melui ide dasar konsep tersebut yaitu konsistensi. Pengukuran reliabilitas menggunakan indeks numerik yang disebut dengan koefisien.

Penelitian yang akan dilakukan menggunakan pengukuran reliabilitas cara kedua yaitu *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dibantu dengan SPSS untuk uji statistik *Cronbach Alpha*. Hasil dari uji statistik *Cronbach Alpha* menentukan instrumen yang digunakan dalam penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reabel jika *Cronbach Alpha*>0,60.

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolineritas di dalam model regresi digunakan matrikkorelasi variabel-variabel bebas, dan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan perhitungan bantuan program SPSS.

Jika dari matrik korelasi abtar variabel bebas ada korelasi cukup tinggi (umumnya di atas 0,90) maka hal ini merupakan indikasi adanya problem

multikolinearitas, dan sebaliknya. Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya problem multikolinearitas adalah *Tolerance* $<0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$ (Ghozali, 2006).

3.9.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2007). Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, maka homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterodesitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokodestisitas.

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokesdatisitas adalah dengan melihat grafik plot antar prediksi variable dependen (ZPRED) dengan residualnya (SPRESID). Deteksi ada tidaknya heterokesdatisitas adalah dengan melihat grafik scatterplot antara SPRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah di prediksi dan sumbu X adalah residual yang telah di-standardized (Ghozali, 2007). Dasar analisisnya sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka terjadi heterokedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini mengindikasikan tidak terjadi heterokedastisitas.

3.9.3 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2005;110).

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.10 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

3.10.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variabel independen yang akan mempengaruhi variabel dependen, dengan rumusan sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = Kepuasan pasien

a = Konstanta atau intersep, yaitu Y pada saat $X_1 = X_2 = X_3 = X_4 = 0$

b_1 = Koefisien regresi parsial, untuk mengukur pengaruh X_1

terhadap Y Jika X_1 berubah (naik atau turun) satu unit dan X_2, X_3, X_4 konstan.

- b_2 = Koefisien regresi parsial, untuk mengukur pengaruh X_2 terhadap Y jika X_2 berubah (naik atau turun) satu unit dan X_1, X_3, X_4 konstan.
- b_3 = Koefisien regresi parsial, untuk mengukur pengaruh X_3 terhadap Y jika X_3 berubah (naik atau turun) satu unit dan X_1, X_2, X_4 konstan.
- b_4 = Koefisien regresi parsial, untuk mengukur pengaruh X_4 terhadap Y jika X_4 berubah (naik atau turun) satu unit dan X_1, X_2, X_3 konstan.

Keterangan:

X_1 = Persepsi Atas Fasilitas

X_2 = Persepsi Atas Harga

X_3 = Persepsi Atas Kepercayaan

X_4 = Persepsi Atas Kualitas Pelayanan

e = error atau koefisien pengganggu

3.10.2. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013;97) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crossection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah

variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti mengajurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R² pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R², nilai Adjusted R² dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.model.

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah setiap variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Pegujian ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} masing-masing koefisien regresi dengan nilai t_{tabel} (nilai kritis) dengan tingkat signifikan 5% dengan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$, dimana n adalah jumlah data observasi dan k adalah jumlah variabel independen.

Menentukan t_{hitung} , dapat dilakukan dengan menggunakan formula sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b}{s}$$

Keterangan:

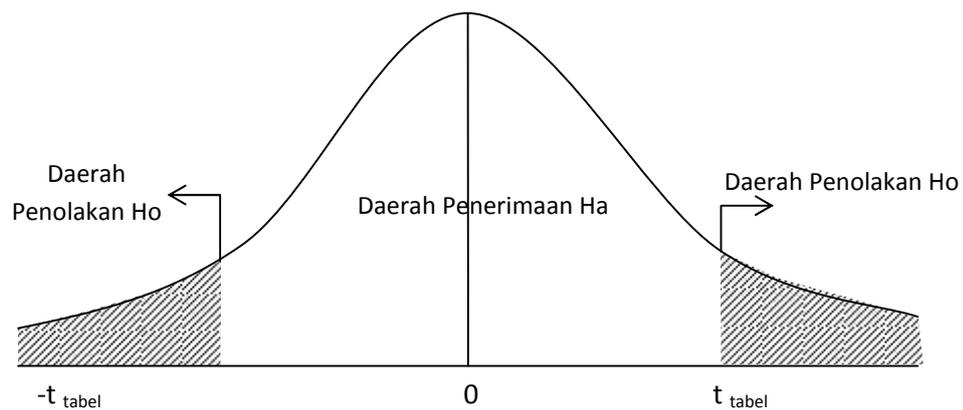
b_i = Koefisien regresi variabel i

S_{b_i} = Standar error variabel i

Kriteria uji yang digunakan adalah:

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya variabel independent (fasilitas, harga, kepercayaan, dan kualitas pelayanan) tidak berpengaruh terhadap variabel dependent (kepuasan konsumen).

b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel independent (fasilitas, harga, kepercayaan, dan kualitas pelayanan) berpengaruh terhadap variabel dependent (kepuasan konsumen).



Gambar 3.1
Kurva Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji t

3.11.2 Uji F (Simultan)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui pengaruh dari seluruh variabel independen (persepsi atas fasilitas, harga, kepercayaan, dan kualitas pelayanan) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (kepuasan pasien).

Pembuktian dilakukan dengan cara membandingkan nilai F kritis (F_{tabel}) dengan (F_{hitung}) yang terdapat pada tabel *analysis of variance*.

Untuk menentukan nilai F_{tabel} , tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = (n-k)$ dan $(k-1)$.

Menentukan F_{hitung} , dapat dilakukan dengan menggunakan formula sebagai berikut:

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

Keterangan :

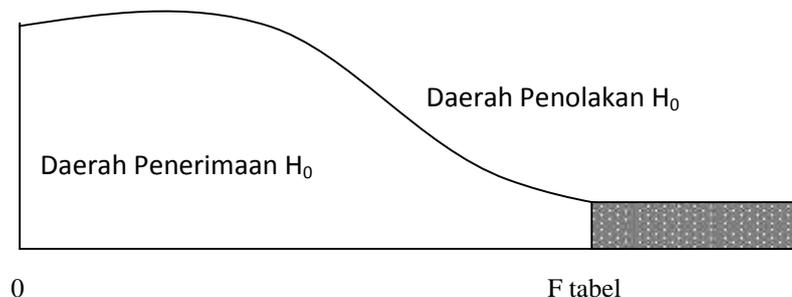
R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah data

k = Jumlah variabel independen

Kriteria uji yang digunakan adalah:

- a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a (Hipotesis alternative) ditolak artinya secara statistik dapat dibuktikan bahwa variabel independent (fasilitas, harga, kepercayaan, dan kualitas pelayanan) tidak berpengaruh terhadap variabel dependent (kepuasan konsumen).
- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a (Hipotesis alternative) diterima, artinya secara simultan dapat dibuktikan bahwa variabel independent (fasilitas, harga, kepercayaan, dan kualitas pelayanan) berpengaruh terhadap variabel dependent (kepuasan konsumen).



Gambar 3.2
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji F

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI

4.1 Deskripsi Data Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Rumah Sakit Semen Gresik didirikan pada tanggal 8 desember 1994 dan mulai beroperasional tahun 1995 yang diresmikan oleh Direktur utama PT. Semen Gresik (Persero) Ir. A. Fuad Rivai. Awalnya Rumah Sakit Semen Gresik didirikan untuk melayani perawatan dan pengobatan karyawan PT.Semen Gresik beserta keluarganya, namun seiring dengan perkembangan RS.Semen Gresik juga memberikan sarana pelayanan kesehatan yang representatif kepada masyarakat di Gresik dan sekitarnya.

Rumah sakit Semen Gresik merupakan salah satu rumah sakit yang cukup terkenal di kota Gresik. Rumah sakit ini mempunyai sejarah yang cukup panjang. Singkatnya Unit balai pengobatan Semen Gresik didirikan tahun 1962, dikelola secara langsung di bawah manajemen PT Semen Gresik dengan tugas pokok memelihara kesehatan karyawan PT Semen Gresik dan keluarganya. Unit inilah menjadi cikal bakal Rumah Sakit Semen Gresik.

Untuk melakukan perubahan-perubahan mendasar terhadap fungsi dan sistem pengelolaan kesehatan yaitu dengan meningkatkan status Balai Pengobatan menjadi Rumah Sakit dengan pola manajemen yang terpisah, terbuka, melayani masyarakat umum dan swadana.

Tahun 1994 terwujud Rumah Sakit Semen Gresik yang dikelola secara langsung oleh suatu badan hukum yang lepas dari manajemen PT Semen Gresik, kemudian pada tanggal 29 Juli 2002 berubah nama menjadi yayasan Cipta Nirmala Semen Gresik.

Perkembangan selanjutnya pada awal tahun 2003 balai pengobatan di Tuban dan optik dikelola dalam bentuk badan hukum perseroan terbatas dengan nama PT.Cipta Nirmala. Struktur kepemilikan Perseroan terbuka adalah Yayasan Cipta Nirmala Semen Gresik sebagai pemilik mayoritas dan Koperasi Wreda Sejahtera Semen Gresik sebagai pemilik minoritas.

Pada tahun 2006, PT. Semen Gresik (Persero) Tbk sebagai pemilik perusahaan melakukan perubahan-perubahan yang mendasar yaitu menggabungkan keberadaan yayasan dibawah naungannya ke dalam satu yayasan dengan nama Yayasan Semen Gresik (Semen Gresik Foundation).

Dengan adanya perkembangan tersebut Yayasan Cipta Nirmala Semen Gresik salah satu diantara yayasan dibawah naungan PT. Semen Gresik (Persero) Tbk dan sebagai pendiri PT. Cipta Nirmala pada tahun 2009 membubarkan diri dan menggabungkan diri ke Yayasan Semen Gresik (Semen Gresik Foundation). Sesuai Kepmenkes RI Nomor: HK.03.05/I/105/2011 tanggal 20 April 2011 dan telah lulus Akreditasi Rumah sakit versi 2012 dengan predikat Paripurna sesuai keputusan Komite Akreditasi Rumah Sakit (KARS) Pusat Nomor : KARS-SERT/44/VI/2014 tanggal 16 Juni 2014, RS>Semen Gresik telah berklasifikasi C, berkapasitas 150 bed.

4.1.2 Visi Misi Perusahaan

4.1.2.1 Visi

Menjadi Rumah Sakit Pusat Pelayanan Trauma

4.1.2.2 Misi

1. Memberikan pelayanan kesehatan bermutu, berorientasi pada kecepatan, ketepatan, keselamatan, dan kenyamanan berlandaskan etika dan profesionalisme.
2. Meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas dan kompeten.
3. Menyediakan peralatan, fasilitas, dan sarana prasarana pendukung yang amat mutakhir.

4.2 Analisis Data

1. Melakukan perhitungan untuk setiap variabel yang nantinya akan di analisis lebih lanjut dalam program spss, seperti yang sudah tertera pada lampuran dalam penelitian ini.
2. Melakukan analisis deskriptif variabel penelitian.
3. Melakukan pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.
4. Melakukan analisi regresi linear berganda
5. Melakukan pengujian koefisien determinasi (R^2).
6. Melakukan Uji Hipotesis (Uji t)
7. Melakukan Uji Simultan (Uji F)

4.3 Deskripsi Hasil Penelitian

4.3.1 Karakteristik Responden

Dijelaskan sebelumnya bahwa responden adalah pasien yang berkunjung pada unit rawat inap Rumah Sakit Semen Gresik. Dalam penelitian ini disediakan 100 kuesioner. Dari seluruh jumlah kuesioner, diperoleh 100 kuesioner yang digunakan untuk analisis data. Sebelum membahas lebih jauh mengenai hasil penelitian ini, terlebih dahulu akan membahas mengenai gambaran dari responden yang berisi tentang fasilitas, harga, kepercayaan, dan kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien pada unit rawat inap rumah Sakit Semen Gresik.

Semua informasi mengenai hasil penelitian dan informasi responden tersebut diperoleh dari hasil distribusi kuesioner yang diperoleh kembali. Dari kuesioner yang telah diisi oleh responden didapat data identitas responden. Penyajian data mengenai identitas responden untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri responden.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan penelitian dari kuisoner, maka dapat diketahui karakteristik usia mengenai responden yang merasa puas pada unit rawat inap rumah sakit Semen Gresik. Responden yang paling muda usianya adalah 17 tahun, sedangkan yang paling tua usianya adalah 76 tahun, selisih usia $76-17= 59$ rentang untuk mencari banyak kelas dengan rumus $= 1+3,3 \log n$

$$\text{Usia} = 76 - 17 = 59$$

$$1 + 3,3 \log n$$

$$1 + 3,3, \log 100$$

$$1 + 3,3 (2)$$

$$1 + 6,6 = 7,6 \text{ atau } 7/8$$

Berdasarkan keadaan tersebut dibuat banyak kelas $\frac{\text{Rentang}}{B} = 59:7 = 8$.

Berikut karakteristik responden berdasarkan usianya dapat dilihat dalam tabel 4.1.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase (%)
17-25 Tahun	30	30
26-40 Tahun	30	30
> 40 tahun	40	40
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang Diolah Tahun 2017

Dari tabel 4.1 Menunjukkan bahwa 100 kuisioner yang telah disebarkan, diketahui bahwa jumlah dan presentase usia responden dalam penelitian ini yaitu didominasi usia > 40 tahun dengan jumlah responden sebanyak 40 dan presentasi mencapai 40% , pada usia 17-25 tahun sebesar 30% sedangkan usia 26-40 tahun sebesar 30%.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-Laki	56	56
Perempuan	44	44
Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2017

Dari tabel 4.2 Menunjukkan bahwa 100 kuisioner yang telah disebarkan kepada pasien rawat inap Rumah Sakit Semen Gresik dapat diketahui bahwa jumlah dan presentase usia responden dalam penelitian ini yaitu didominasi berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah responden 56 dan presentasi mencapai 56% sedangkan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 44%.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD	10	10
SMP	23	23
SMA	41	41
S1	26	26
Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2017

Dari tabel 4.3 Menunjukkan bahwa 100 kuisioner yang telah disebarkan, dapat diketahui bahwa jumlah dan presentase tingkat pendidikan yaitu tingkat pendidikan SMA sebanyak 41 responden dengan jumlah presentasi mencapai 41% diikuti oleh S1 sebanyak 26 responden dengan jumlah presentasi mencapai 26% diikuti oleh SMP sebanyak 23 responden dengan jumlah presentasi mencapai 23% diikuti oleh SD sebanyak 10 responden dengan jumlah presentasi mencapai 10%.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar	33	33
Karyawan	31	31
Wiraswasta	39	39
Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2017

Dari tabel 4.4 Menunjukkan bahwa 100 kuisioner yang telah disebarkan, dapat diketahui bahwa jumlah dan presentase tingkat pekerjaan responden dalam penelitian ini yaitu tingkat pekerjaan sebagai Wiraswasta sebanyak 39 respondengan dengan presentasi 39% diikuti oleh Pelajar sebanyak 33 responden dengan jumlah presentasi mencapai 33% diikuti oleh Karyawan sebanyak 31 responden dengan jumlah presentasi mencapai 31%.

4.4 Tanggapan Responden

Tabel 4.5
Tanggapan Responden

No	Skala	Kriteria
1	100-180	Sangat Tidak Setuju
2	181-261	Tidak Setuju
3	262-342	Ragu-ragu
4	343-423	Setuju
5	424-504	Sangat Setuju

Sumber : Data primer diolah 2017

Berikut ini hasil dari pengamatan kuisisioner tentang Kepercayaan diambil dari data yang dio;ah sesuai dengan tabel berikut:

4.4.1 Fasilitas (X1)

Berikut ini hasil dari pengamatan kuesioner tentang Fasilitas diambil dari data yang diolah sesuai dengan tabel berikut:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Tentang Fasilitas (X1)

Item	Tanggapan responden					Total	Skor Nilai					Total
	SS	S	RR	TS	ST		5	4	3	2	1	
1.	40	44	15	1	0	100	200	176	45	2	0	423
2.	32	52	15	0	0	100	160	208	48	0	0	416
3.	53	34	10	2	1	100	53	34	10	2	1	436
Jumlah	125	130	40	3	1	300	413	418	103	4	1	1.275
											Rata-rata	425

Sumber :Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.6, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap fasilitas sebagai berikut:

1. Berdasarkan kuisisioner pada item pertama, pendapat responden diperoleh total skor 423, yang berarti sebagian besar responden setuju bahwa kebersihan fasilitas rumah sakit Semen Gresik sangat terjaga.

2. Berdasarkan kuesioner pada item kedua, pendapat responden diperoleh total skor 416, yang berarti sebagian besar responden setuju kenyamanan rumah sakit semen Gresik tidak diragukan lagi.
3. Berdasarkan kuesioner pada item ketiga, pendapat responden diperoleh total skor 436, yang berarti kelengkapan alat medis yang ada sangat mendukung.
3. Berdasarkan kuesioner variabel Fasilitas diperoleh rata-rata tanggapan dengan total skor 425, yang berarti disimpulkan bahwa secara umum responden memiliki tanggapan yang baik sangat setuju dengan variabel Persepsi Atas Fasilitas.

4.4.2 Harga (X2)

Berikut ini hasil dari pengamatan kuesioner tentang Harga diambil dari data yang diolah sesuai dengan tabel berikut:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Tentang Harga (X2)

Item	Tanggapan responden					Total	Skor Nilai					Total
	SS	S	RR	TS	STS		5	4	3	2	1	
1.	42	48	9	1	0	100	210	192	27	2	0	431
2.	29	63	6	2	0	100	145	252	18	4	0	419
3.	45	36	16	3	0	100	225	144	48	6	0	423
Jumlah	116	147	31	6	1	300	580	588	93	12	0	1.273
											Rata-rata	424,3

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.7, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap harga sebagai berikut:

1. Berdasarkan kuesioner pada item pertama, pendapat responden diperoleh total skor 431, yang berarti sebagian besar responden sangat setuju bahwa harga

yang ditawarkan rumah sakit Semen Gresik sebanding dengan kepuasan yang diterima.

2. Berdasarkan kuesioner pada item kedua, pendapat responden diperoleh total skor 419, yang berarti sebagian besar responden setuju bahwa harga yang ditawarkan Rumah Sakit Semen Gresik lebih terjangkau dibandingkan Rumah Sakit yang lain.
3. Berdasarkan kuesioner pada item ketiga, pendapat responden diperoleh total skor 436, yang berarti kelengkapan alat medis yang ada sangat mendukung.
4. Berdasarkan kuesioner variabel Fasilitas diperoleh rata-rata tanggapan dengan total skor 424,3 yang berarti disimpulkan bahwa secara umum responden memiliki tanggapan yang baik atau dengan kata lain responden sangat setujudengan variabel Harga.

4.4.2 Kepercayaan (X3)

Berikut ini hasil dari pengamatan kuesioner tentang Kepercayaan diambil dari data yang diolah sesuai dengan tabel berikut:

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Tentang Kepercayaan (X3)

Item	Tanggapan responden					Total	Skor Nilai					Total
	SS	S	RR	TS	STS		5	4	3	2	1	
1.	26	45	25	4	0	100	130	180	75	8	0	393
2.	19	58	21	2	0	100	95	232	63	4	0	394
3.	27	47	22	4	0	100	135	188	66	8	0	397
Jumlah	72	150	68	10	0	300	330	600	204	20	0	1.184
											Rata-rata	394,6

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.8, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap kepercayaan sebagai berikut:

1. Berdasarkan kuesioner pada item pertama, pendapat responden diperoleh total skor 393, yang berarti sebagian besar responden setuju bahwa dokter dan perawat rumah Sakit Semen Gresik dalam member pelayanan sudah baik.
2. Berdasarkan kuesioner pada item kedua, pendapat responden diperoleh total skor 394, yang berarti sebagian besar responden setuju bahwa kejujuran Rumah Sakit Semen Gresik bisa dipertanggungjawabkan.
3. Berdasarkan kuesioner pada item ketiga, pendapat responden diperoleh total skor 397, yang berarti sebagian sebasar responden setuju bahwa yang dijalin manajemen rumah Sakit Semen Gresik dengan pasien sangat baik.
4. Berdasarkan kuesioner variabel Kepercayaan diperoleh rata-rata tanggapan dengan total skor 394,6 yang berarti disimpulkan bahwa secara umum responden memiliki tanggapan yang baik atau dengan kata lain responden setuju dengan variabel Kepercayaan.

4.4.3 Kualitas Pelayanan (X4)

Berikut ini hasil dari pengamatan kuesioner tentang Kualitas Pelayanan diambil dari data yang diolah sesuai dengan tabel berikut:

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan (X4)

Item	Tanggapan responden					Total	Skor Nilai					Total
	SS	S	RR	TS	STS		5	4	3	2	1	
1.	47	40	12	1	0	100	235	160	36	2	0	433
2.	38	42	17	3	0	100	190	168	51	6	0	355
3.	39	53	8	0	0	100	195	212	24	0	0	431
Jumlah	124	135	37	4	0	300	620	540	111	10	0	1.219
										Rata-rata		406,3

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.9, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap fasilitas sebagai berikut:

1. Berdasarkan kuesioner pada item pertama, pendapat responden diperoleh total skor 433, yang berarti sebagian besar responden sangat setuju bahwa dokter dan perawat Rumah Sakit Semen Gresik jelas dalam berkomunikasi dengan pasien.
2. Berdasarkan kuesioner pada item kedua, pendapat responden diperoleh total skor 355, yang berarti sebagian besar responden setuju bahwa dokter dan perawat Rumah Sakit Semen Gresik memiliki perhatian yang tinggi.
3. Berdasarkan kuesioner pada item ketiga, pendapat responden diperoleh total skor 431, yang berarti sebagian besar responden setuju bahwa dokter dan perawat Rumah Sakit Semen Gresik cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan pasien.
4. Berdasarkan kuesioner variabel Kualitas Pelayanan diperoleh rata-rata tanggapan dengan total skor 406,3, yang berarti disimpulkan bahwa secara umum responden memiliki tanggapan yang baik sangat setuju dengan variabel Persepsi Atas Kualitas Pelayanan.

3.2.11 Kepuasan Pasien (Y)

Berikut ini hasil dari pengamatan kuesioner tentang Kepuasan Pasien diambil dari data yang diolah sesuai dengan tabel berikut:

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Pasien (Y)

Item	Tanggapan responden					Total	Skor Nilai					Total
	SS	S	RR	TS	STS		5	4	3	2	1	
1.	39	45	14	2	0	100	195	180	42	4	0	421

2.	40	50	10	0	0	100	200	200	30	0	0	430
3.	51	40	8	1	0	100	255	160	24	2	0	441
Jumlah	130	135	32	3	0	300	620	540	111	10	0	1292
										Rata-rata		430,6

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.10, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap Kepuasan pasien sebagai berikut:

1. Berdasarkan kuesioner pada item pertama, pendapat responden diperoleh total skor 421, yang berarti sebagian besar responden setuju bahwa pasien memiliki pengalaman yang memuaskan saat berobat di Rumah Sakit Semen Gresik.
2. Berdasarkan kuesioner pada item kedua, pendapat responden diperoleh total skor 430, yang berarti sebagian besar responden sangat setuju bahwa harapan pasien untuk sembuh telah terpenuhi oleh Rumah Sakit Semen Gresik.
3. Berdasarkan kuesioner pada item ketiga, pendapat responden diperoleh total skor 441, yang berarti sebagian besar responden sangat setuju bahwa pasien akan merkomendasikan Rumah Sakit Semen Gresik cukup baik pada orang lain.
4. Berdasarkan kuesioner variabel Kualitas Pelayanan diperoleh rata-rata tanggapan dengan total skor 430,6, yang berarti sebagian besar responden setuju bahwa dengan variabel Kepuasan pasien.

4.5 Uji Instrumen

4.5.1 Uji Validitas

Pada penelitian ini digunakan kuesioner untuk mengumpulkan data penelitian. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk

mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam Uji Validitas isi suatu butir pertanyaan atau variabel dinyatakan valid jika r_{hasil} lebih besar dari r_{tabel} .

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hasil	r tabel	Keterangan
Fasilitas (X1)	X1.1	0,693	0,1966	Valid
	X1.2	0,680	0,1966	Valid
	X1.3	0,605	0,1966	Valid
Harga (X2)	X1.1	0,701	0,1966	Valid
	X1.2	0,641	0,1966	Valid
	X1.3	0,722	0,1966	Valid
Kepercayaan (X3)	X1.1	0,721	0,1966	Valid
	X1.2	0,656	0,1966	Valid
	X1.3	0,704	0,1966	Valid
Kualitas Pelayanan (X4)	X1.1	0,744	0,1966	Valid
	X1.2	0,806	0,1966	Valid
	X1.3	0,588	0,1966	Valid
Kepuasan Pasien (Y)	X1.1	0,699	0,1966	Valid
	X1.2	0,606	0,1966	Valid
	X1.3	0,603	0,1966	Valid

Sumber : lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.5 Menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh semua item pernyataan menunjukkan $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$ (0,196) dengan demikian ke- 15 item tersebut dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

4.5.2 Uji Reliabilitas

Suatu variabel dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam uji reliabilitas ini suatu butir variabel dikatakan valid jika r_{alpha} lebih besar dari r_{tabel} .

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r alpha	Reliabel	Keterangan
X1	0,744	0,60	Reliabel
X2	0,764	0,60	Reliabel
X3	0,769	0,60	Reliabel
X4	0,784	0,60	Reliabel
Y	0,727	0,60	Reliabel

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.6 Menunjukkan bahwa variabel bebas dan variabel terikat mempunyai nilai r alpha positif dan lebih besar dari r tabel, dimana r untuk $df = N = 100$ tingkat signifikansi 5% adalah 0,195. Jadi pertanyaan seluruhnya dianggap reliable atau handal dalam melakukan fungsinya sebagai alat ukur.

4.6 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan agar mendapatkan model penelitian valid yang dapat dilakukan dengan melakukan estimasi. Pengujian asumsi klasik ini terdiri dari uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas dengan menggunakan teknik analisis SPSS.

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Hubungan antara variabel bebas terbebas dari multikolinieritas jika memiliki nilai *tolerance value* > 0,10 dan $VIF < 10$.

Tabel 4.13

Koefisien *tolerance value* dan VIF Masing-masing Variabel

Variabel	Hasil Hitung		Kriteria		Keterangan
	Tolerance	VIF	Tolerance	VIF	
X1	0,661	1,513	0,10	10	Nonmultikolineritas
X2	0,977	1,024	0,10	10	Nonmultikolineritas
X3	0,928	1,077	0,10	10	Nonmultikolineritas
X4	0,690	1,449	0,10	10	Nonmultikolineritas

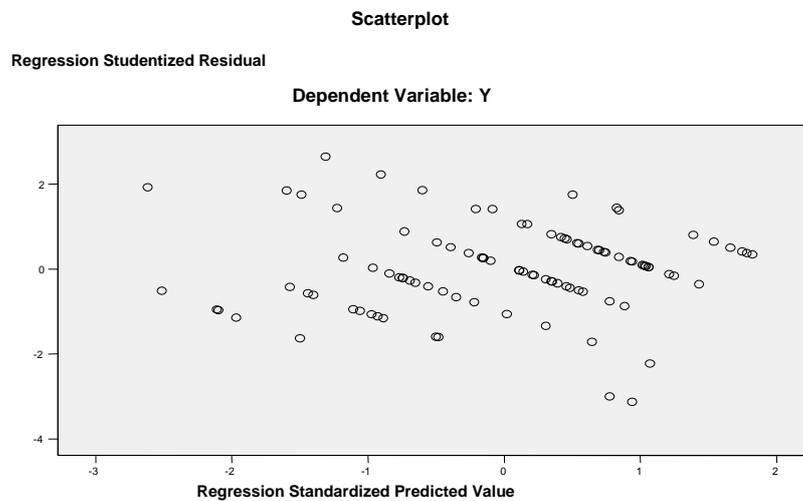
Sumber : Lampiran 4

Dari hasil pengolahan data diperoleh nilai *tolerance value* lebih kecil dari 0,10 dan VIF lebih besar dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memiliki masalah multikolineritas.

2)Uji Heteroskedastisitas

Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di studentized.

Dari gambar out put SPSS V15.0 dapat diketahui bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sebab titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat dikatakan uji heteroskedastisitas terpenuhi pada model regresi ini.



Sumber : Lampiran 4

Gambar 4.1
Heteroskedastisitas

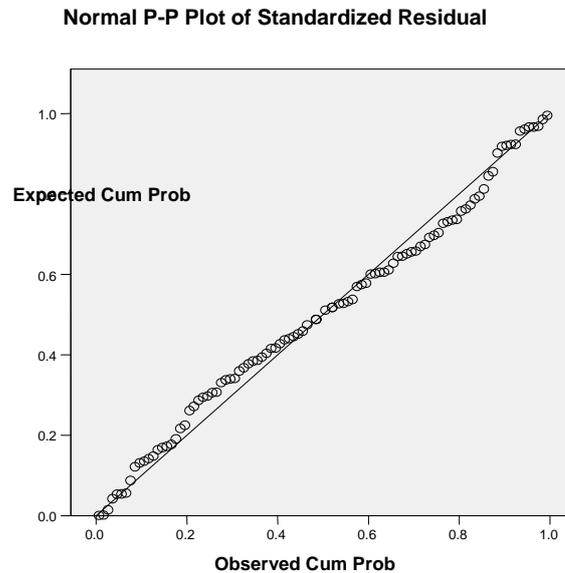
Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized.

Dari gambar output SPSS V15.0 dapat diketahui bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sebab titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat dikatakan uji heteroskedastisitas terpenuhi pada model regresi ini.

3.Uji Normalitas

Dari analisis kurva Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar diagram dan mengikuti model

regresi sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diolah merupakan data yang berdistribusi normal sehingga Uji Normalitas terpenuhi.



Sumber : Lampiran 4

Gambar 4.2
Normalitas

4.7 Analisis dan Uji Hipotesis

4.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel Fasilitas, Harga, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien pada unit rawat inap Rumah Sakit Semen Gresik. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan SPSS for Windows ver. 15. Berikut rangkuman hasil uji regresi linear berganda:

Tabel 4.14
Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	t hitung	t tabel	Keterangan
X1	4,340	1,985	Berpengaruh
X2	1,515	1,985	Tidak berpengaruh
X3	0,190	1,985	Tidak berpengaruh
X4	5,383	1,985	Berpengaruh
Konstanta	= 2,393		
R square	= 0,543/54,3		
Adjusted r square	= 0,524		
F hitung	= 28,127		

Sumber : Lampiran 4

Persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 2,393 + 0,333X_1 + 0,096X_2 + 0,011X_3 + 0,385X_4$$

Dari persamaan regresi linier berganda, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) = 2,393 menyatakan besarnya variabel terikat Kepuasan Pasien (Y) akan meningkat sebesar 2,393 dengan asumsi nilai fasilitas (X1), harga (X2), kepercayaan (X3) dan kualitas pelayanan (X4) nilainya = 0.
2. Nilai persepsi atas Fasilitas (X1) berubah, maka Y akan meningkat sebesar 0,333 nilai. Dengan anggapan Harga (X2), Kepercayaan (X3) dan Kualitas Pelayanan (X4) tetap.
3. Nilai Harga (X1) berubah, maka Y akan meningkat sebesar 0,096 nilai. Dengan anggapan Fasilitas (X1), Kepercayaan (X3) dan Kualitas Pelayanan (X4) tetap.
4. Nilai Kepercayaan (X3) berubah, maka Y akan meningkat sebesar 0,011 nilai. Dengan anggapan Fasilitas (X1), Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X4) tetap.

5. Nilai Kualitas Pelayanan (X4) berubah, maka Y akan meningkat sebesar 0,385 nilai. Dengan anggapan Fasilitas (X1), Harga (X2) dan Kepercayaan (X3) tetap.

4.7.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.15
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737(a)	.543	.524	.918

a Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

b Dependent Variable: Y

Sumber: Lampiran 4

1. Berdasarkan data diatas maka diperoleh nilai Adjust R Square = 0,524 dapat dikatakan bahwa perubahan variabel terikat Kepuasan Pasien (Y) sebesar 52,4% disebabkan oleh variabel Persepsi atas Fasilitas (X1), Harga (X2), Kepercayaan (X3), dan Kualitas Pelayanan (X4) sebesar 47, 6 sedangkan selebihnya sebesar 52,4% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar variabel tersebut.
2. Berdasarkan data diatas maka diperoleh nilai R Square = 0,543 menunjukkan bahwa perubahan dalam variabel terikat kepuasan pasien (Y) dapat dijelaskan oleh perubahan-perubahan dalm variabel Persepsi atas Fasilitas fasilitas (X1), Harga (X2), Kepercayaan (X3), dan Kualitas Pelayanan (X4) sebesar 54,3% sedangkan selebihnya sebesar 45,7 dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar variabel tersebut.

3. $R = 0,737$ artinya kuatnya hubungan antar variabel independen (X) bersama-sama terhadap variabel (Y) yaitu 73,7%.

4.7.3 Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah ada pengaruh secara parsial dan simultan Fasilitas (X1), Harga (X2), Kepercayaan (X3), dan Kualitas pelayanan (X4) terhadap kepuasan pasien (Y).maka pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik statistik uji t (parsial) dan uji f (simultan).

4.7.4 Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

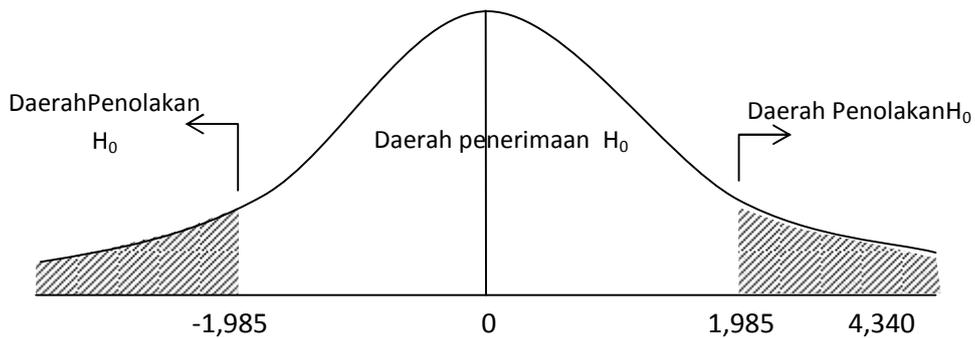
Tabel 4.16
Hasil Analisis Uji Koefisien Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.393	1.250		1.914	.059
	X1	.333	.077	.370	4.340	.000
	X2	.096	.063	.106	1.515	.133
	X3	.011	.059	.014	.190	.850
	X4	.385	.072	.449	5.383	.000

a Dependent Variable: Y
Sumber: Lampiran 4

Hipotesis penelitian:

1. Variabel X1 persepsi atas Fasilitas berdasarkan perhitungan diperoleh t hitung sebesar 4,340 lebih besar dari t tabel 1,985

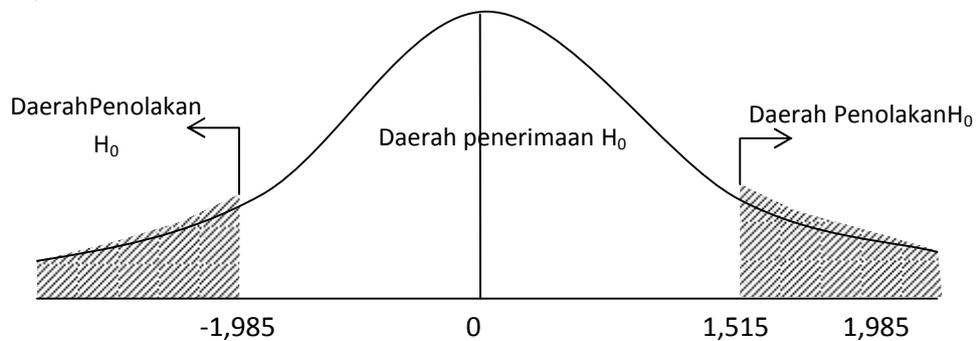


Gambar 4.3
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji t (Fasilitas)

Karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $4,340 > 1,985$ dan nilai signifikansinya $0,069 <$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti Fasilitas (X1) berpengaruh secara signifikansi terhadap Kepuasan pasien Pada Rawat Inap Rumah Sakit Semen Gresik.

2. Variabel X2 Harga

Berdasarkan perhitungan diperoleh $t \text{ hitung}$ sebesar 1,515 lebih besar dari $t \text{ tabel}$ 1,985

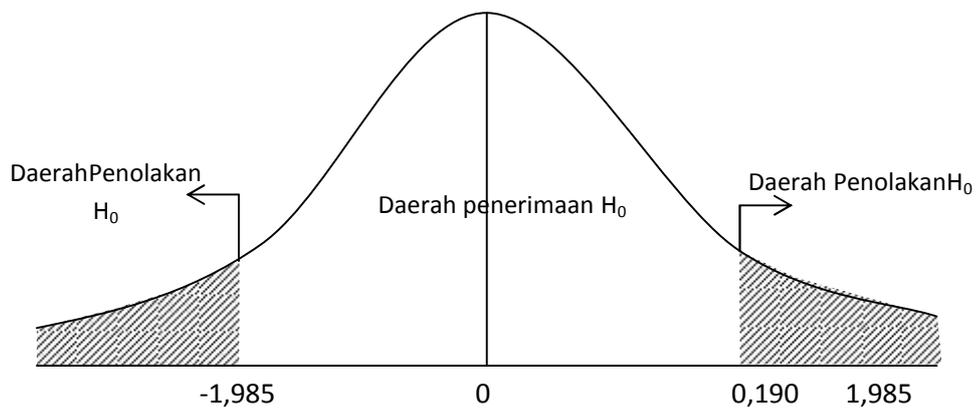


Gambar 4.4
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji t (Harga)

Karena $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ yaitu $1,515 < 1,985$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Berarti harga (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan pasien Pada Rawat Inap Rumah Sakit Semen Gresik.

3. Variabel X3 Kepercayaan

Berdasarkan perhitungan diperoleh t hitung sebesar 0,190 lebih besar dari t tabel 1,985

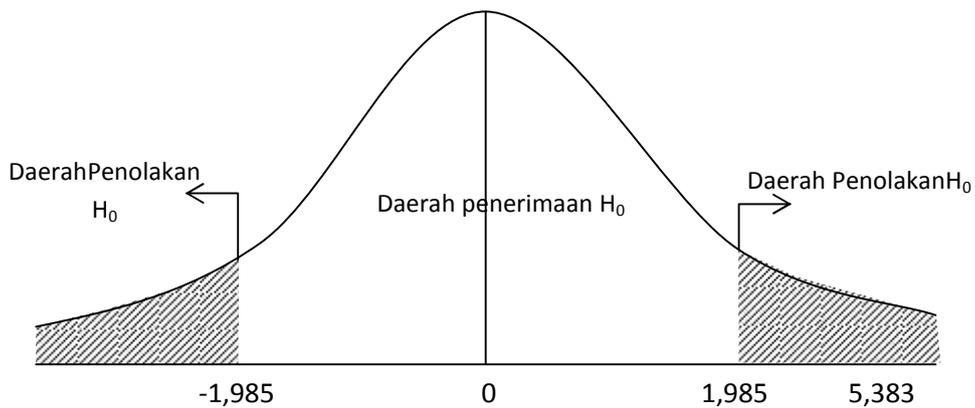


Gambar 4.5
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji t
(Kepercayaan)

Karena $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ yaitu $0,190 < 1,985$ maka H_0 diterima dan H_0 ditolak. Berarti kepercayaan (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan pasien Pada Rawat Inap Rumah Sakit Semen Gresik.

4. Variabel X4 Kualitas Pelayanan

Berdasarkan perhitungan diperoleh t hitung sebesar $5,383 >$ dari t tabel 1,985 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.



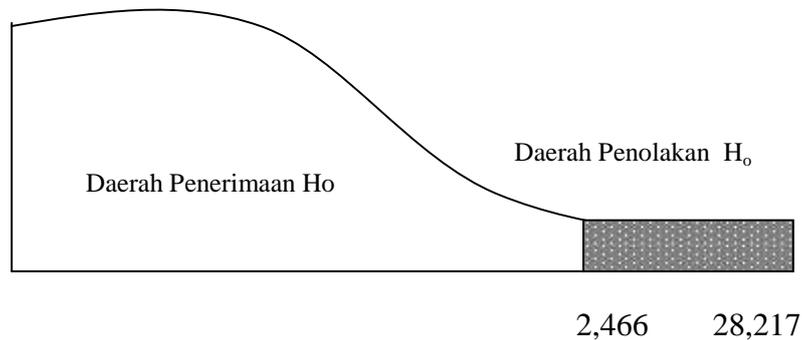
Gambar 4.6
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t
(Kualitas Pelayanan)

Karena t hitung $>$ t tabel yaitu $5,383 > 1,985$ maka H_0 diterima dan H_0 ditolak. Berarti kualitas pelayanan (X_4) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan pasien Pada Rawat Inap Rumah Sakit Semen Gresik.

4.7.5 Uji f (Simultan)

Melakukan Uji F untuk melihat significant tidaknya pengaruh variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Dengan tingkat signifikansi sebesar $5\% = 0,05$

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS *for windows* 15.0 disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini karena F hitung $28,217 > F$ tabel $2,466$ dan nilai signifikansi F yang lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil penelitian ini, maka Fasilitas, Harga, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien Unit Rawat Inap Rumah Sakit Semen Gresik.



Gambar 4.7
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji F

4.8 Interpretasi Hasil Analisis

Berdasarkan peneliti dan analisis yang peneliti olah dengan menggunakan alat bantuan SPSS 15.0 *for windows* maka peneliti dapat menginterpretasikan hasil sebagai berikut:

1. Dalam pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji t antara masing-masing variabel bebas dan variabel terikat yaitu:

a. Pembuktian hipotesis regresi secara parsial (uji t) ditunjukkan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yang terdiri dari Persepsi Atas Fasilitas, Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pasien.

b. Persepsi Atas Fasilitas (X1)

Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Semen Gresik. Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh t hitung sebesar $(4,340) > t \text{ tabel } (1,985)$ dengan signifikansi sebesar 0,000 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi $(\alpha) = 5\%$ atau 0,05 atau nilai sig $0,000 > 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa pasien yang

berkunjung di Rumah Sakit Semen Gresik menganggap bahwa fasilitas yang disediakan sudah baik. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh (Tjiptono, 2006) dengan fasilitas yang baik maka dapat membentuk persepsi di mata pelanggan. Di sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa di mata pelanggan. Selain itu perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

b. Harga (X2)

Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Semen Gresik. Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh t hitung sebesar $(1,515) > t$ tabel $(1,985)$ dengan signifikansi sebesar $0,133$ yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi $(\alpha) = 5\%$ atau $0,05$ atau nilai sig $0,133 > 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa pengunjung yang berkunjung di rumah sakit Semen Gresik tidak mementingkan harga yang ditawarkan oleh Rumah Sakit Semen Gresik. Hal penting yang perlu diingat bahwa “nilai yang baik” tidak sama dengan “harga yang murah” (Kotler dan Armstrong, 2008). Pada umumnya konsumen akan menyadari bahwa dengan kualitas produk yang didapatkan mestinya harus mengeluarkan harga yang sesuai. Jika harga yang ditetapkan tidak sesuai, konsumen pun akan cepat menyadari hal tersebut.

c. Kepercayaan

Kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Semen Gresik. Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh t hitung sebesar (0,190) > t tabel (1,985) dengan signifikansi sebesar 0,850 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi () = 5% atau 0,05 atau nilai sig 0,850 > 0,05. Hal ini membuktikan bahwa pengunjung yang berkunjung di rumah sakit Semen Gresik tidak mementingkan kepercayaan yang ditawarkan oleh Rumah Sakit Semen Gresik.

d. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Semen Gresik. Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh t hitung sebesar (5,383) > t tabel (1,985) dengan signifikansi sebesar 0,000 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi () = 5% atau 0,05 atau nilai sig 0,000 > 0,05. Hal ini membuktikan bahwa pengunjung yang berkunjung di Rumah Sakit Semen Gresik sudah memberikan kualitas yang cukup baik.

2. Dengan pengujian secara simultan dengan menggunakan Uji F, F hitung diperoleh sebesar 28,217 dan f tabel sebesar 2,466 pada tingkat signifikansi 5% maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa Fasilitas, Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pasien.

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi atas fasilitas (X1) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pasien Pada Unit Rawat Inap Rumah Sakit Semen Gresik.
2. Persepsi atas Harga (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pasien Pada Unit Rawat Inap Rumah Sakit Semen Gresik.
3. Persepsi atas Kepercayaan (X3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pasien Pada Unit Rawat Inap Rumah Sakit Semen Gresik.
4. Persepsi atas Kualitas Pelayanan (X4) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pasien Pada Unit Rawat Inap Rumah Sakit Semen Gresik.
5. Hasil uji hipotesis melalui uji F (simultan) menyatakan bahwa variabel Persepsi Atas Fasilitas, Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Unit Rawat Rumah Sakit Semen Gresik.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan kesimpulan penelitian, maka rekomendasi dari peneliti dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Aspek Manajerial

Melihat variabel Kepercayaan memiliki nilai terendah pada item pelayanan yang diberikan dari pihak Rumah Sakit Semen Gresik agar meningkatkan pelayanannya terhadap pasien.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti tidak hanya terpaku hanya pada empat variabel dan bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dengan menggunakan teknik analisis yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha, Ibnu Sukotjo. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta : penerbit Liberty, 2002.
- Kotler dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler , Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 8 Alih Bahasa Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 8 Alih Bahasa Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management* 13. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 2008. *Manajemen Pemasaran* .Edisi 12 Jilid 1 Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane . 2008. *Manajemen Pemasaran* .Edisi 12 jilid 2 Alih bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, Charles W. Hair, Joseph F. Mc Daniel, Carl. 2001. *Pemasaran*. Edisi 1 Jilid 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. 2009 *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Inriantoro, Nur, dan Supomo, 2014, *Metodologi penelitian: Akuntansi dan manajemen*, BPFE, Yogyakarta.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.