

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Henggh Prayogi (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Harga Dan Citra Merk Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online Gojek (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik Angkatan 2017)”. Variabel independen yang digunakan adalah kualitas layanan, harga dan citra merek. Variabel dependen yang digunakan adalah kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan, harga dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di transportasi ojek online gojek uji yang digunakan t.

Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Pefriyanti (2017) dengan judul “Pengaruh Fasilitas Ruang Rawat Inap Terhadap Tingkat Kepuasan Pasien Rumah Sakit Pemerintah Di Kota Batam”. Variabel independen yang digunakan adalah fasilitas. Variabel dependen yang digunakan adalah kepuasan pasien. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Uji yang digunakan adalah uji t dimana untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Penelitian yang dilakukan oleh Jarliyah Harfika dan Nadiya Abdullah (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya”. Variabel independen yang digunakan adalah kualitas pelayanan dan fasilitas. Variabel dependen yang digunakan adalah kepuasan pasien. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien, fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien dan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Uji yang digunakan adalah uji t dan uji f.

Penelitian yang dilakukan oleh Syafrial Syah (2016), dengan judul “Pengaruh Harga (Price) Dan Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rsu Haji Medan” variabel independen yang digunakan adalah harga dan kualitas pelayanan. Variabel dependen yang digunakan adalah kepuasan pasien. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari uji f penelitian ini adalah harga dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap RSU haji Medan. Dan hasil dari uji t variabel harga adalah yang paling dominan terhadap kepuasan pasien karena harga yang ditawarkan sesuai dengan pelayanan yang diberikan.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Uraian	Penelitian		Per Bedaan	Per samaan
		Terdahulu	Sekarang		
1.	Nama	Henggah Prayogi	Dwi Retno Ayu		
	Judul	Pengaruh Kualitas Layanan Harga Dan	Pengaruh Kualitas Layanan Fasilitas		

		Citra Merk Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online Gojek (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik Angkatan 2017)	Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien Pada RSUD Umar Mas'ud Bawean (Studi Pada UGD)		
	Variable Bebas	X1 : Kualitas Layanan X2 : Harga X3 : Citra Merek	X1 : Kualitas Layanan X2 : Fasilitas X3 : Harga	Fasilitas	Kualitas Layanan dan Harga
	Variable Terikat	Y : Kepuasan Pelanggan	Y : Kepuasan Pasien		Kepuasan Konsumen
	Teknik Analisis	Regresi Linier Berganda	Regresi Linear Berganda		
2.	Nama	Dwi Pefriyanti	Dwi Retno Ayu		
	Judul	Pengaruh Fasilitas Ruang Rawat Inap Terhadap Tingkat Kepuasan Pasien Rumah Sakit Pemerintah Di Kota Batam	Pengaruh Kualitas Layanan Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien Pada RSUD Umar Mas'ud Bawean (Studi Pada UGD)		
	Variable Bebas	X1 : Fasilitas	X1 : Kualitas Layanan X2 : Fasilitas X3 : Harga	Kualitas Layanan dan Harga	Fasilitas
	Variable Terikat	Y : Kepuasan Pasien	Y : Kepuasan Pasien		Kepuasan Konsumen
	Teknik Analisis	Regresi Linear Sederhana	Regresi Linear Berganda		
3.	Nama	Jarliyah Harfika, Nadiya Abdullah	Dwi Retno Ayu		
	Judul	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya	Pengaruh Kualitas Layanan Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien Pada RSUD Umar Mas'ud Bawean (Studi Pada UGD)		
	Variable Bebas	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Fasilitas	X1 : Kualitas Layanan X2 : Fasilitas X3 : Harga	Harga	Layanan dan Fasilitas
	Variable	Y : Kepuasan	Y : Kepuasan Pasien		Kepuasan

	Terikat	Pasien			Kon sumen
	Teknik Analisis	Regresi Linier Berganda	Regresi Linear Barganda		
4.	Nama	Syafrial Syah	Dwi Retno Ayu		
	Judul	Pengaruh Harga (Price) Dan Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rsu Haji Medan	Pengaruh Kualitas Layanan Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien Pada RSUD Umar Mas'ud Bawean (Studi Pada UGD)		
	Variable Bebas	X1 : Harga X2 : Kualitas Pelayanan	X1 : Kualitas Layanan X2 : Fasilitas X3 : Harga	Fasilitas	Layanan dan Harga
	Variable Terikat	Y : Kepuasan Pasien	Y : Kepuasan Pasien		Kepuasan Kon sumen
	Teknik Analisis	Regresi Linier Berganda	Regresi Linear Barganda		

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Pemasaran

American Marketing Association (AMA) menawarkan definisi formal sebagai berikut : pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Sedangkan definisi sosial : pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. Kotler dan Keller (2008;5).

2.2.2 Jasa

Menurut Valarie A.Zethaml dan Mary Jo Bitner jasa pada dasarnya merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu di hasilkan dan memberikan nilai tambah (misalnya, kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau pemecahan masalah yang dihadapi oleh konsumen.

Setiap tindakan atau kegiatan yang didapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apa pun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak. Jasa juga bukan merupakan barang, melainkan suatu proses atau aktivitas dimana berbagai aktivitas tersebut tidak terwujud. Lupiyoadi (2014;7).

2.2.3 Rumah Sakit

Sesuai dengan Keputusan 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”.

Sedangkan pengertian rumah sakit menurut Peraturan 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”.

Dari pengertian diatas, rumah sakit melakukan beberapa jenis pelayanan diantaranya pelayanan medik, pelayanan penunjang medik, pelayanan perawatan, pelayanan rehabilitasi, pencegahan dan peningkatan kesehatan, sebagai tempat pendidikan dan atau pelatihan medik dan para medik, 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 Penggolongan Rumah Sakit

Menurut PMK: 340/MENKES/PER/III/2010 tentang Klasifikasi Rumah Sakit, Penggolongan Rumah Sakit dibagi menjadi dua yaitu;

1. Berdasarkan pelayanannya:
 - a. Rumah Sakit Umum: Rumah Sakit yang memberikan pelayanan kesehatan semua bidang dan jenis penyakit.
 - b. Rumah Sakit Khusus: Rumah Sakit yang memberikan pelayanan utama pada satu bidang atau satu jenis penyakit tertentu berdasarkan disiplin ilmu, golongan umur, organ, jenis penyakit atau kekhususan lainnya
2. Berdasarkan kepemilikan dan pengelolaannya:
 - a. Rumah Sakit Publik: RS yang dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan Badan Hukum yang bersifat Nirlaba

- b. Rumah Sakit Privat: RS yang dikelola oleh Badan Hukum dengan tujuan Profit yang berbentuk PT atau persero.

Secara umum penggolongan rumah sakit didasarkan kepada kemampuan rumah sakit tersebut memberikan pelayanan medis kepada pasien. Berdasarkan sudut pandang tersebut ada lima tipe golongan rumah sakit di Indonesia, yaitu Rumah sakit tipe A, B, C, D dan E. Berikut penjelasannya :

1. Rumah Sakit Tipe A

Rumah sakit tipe A adalah rumah sakit yang mampu memberikan pelayanan kedokteran spesialis dan subspesialis luas oleh pemerintah ditetapkan sebagai rujukan tertinggi atau disebut pula sebagai rumah sakit pusat.

2. Rumah Sakit Tipe B

Rumah sakit tipe B adalah rumah sakit yang mampu memberikan pelayanan kedokteran spesialis dan subspesialis terbatas. Rumah sakit ini didirikan di setiap Ibukota propinsi yang menampung pelayanan rujukan di rumah sakit kabupaten.

3. Rumah Sakit Tipe C

Rumah sakit tipe C adalah rumah sakit yang mampu memberikan pelayanan kedokteran spesialis terbatas. Rumah sakit ini didirikan di setiap ibukota Kabupaten yang menampung pelayanan rujukan dari puskesmas.

4. Rumah Sakit Tipe D

Rumah sakit tipe D adalah rumah sakit yang bersifat transisi dengan kemampuan hanya memberikan pelayanan kedokteran umum dan gigi. Rumah sakit ini menampung rujukan yang berasal dari puskesmas.

5. Rumah Sakit Tipe E

Rumah sakit tipe E adalah rumah sakit khusus (spesial hospital) yang menyalenggarakan hanya satu macam pelayanan kesehatan kedokteran saja. Saat ini banyak rumah sakit kelas ini ditemukan misal, rumah sakit kusta, paru, jantung, kanker, ibu dan anak.

2.2.5 Kualitas Layanan

Menurut Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010;153) kualitas layanan memiliki arti yang berbeda bagi tiap orang, tergantung dari konteksnya. Beberapa perspektif umum terhadap kualitas yaitu, meliputi :

1. Pandangan transenden, mengenai kualitas bersinonim dengan keunggulan bawaan: tanda-tanda standard an prestasi yang tinggi. Sudut pandang ini sering diterapkan pada seni pertunjukan dan visual. Pandangan ini berpendapat bahwa orang belajar untuk mengenali kualitas hanya melalui pengalaman yang diperoleh dari paparan berulang.
2. Pendekatan berbasis pengguna, dimulai dengan premis bahwa kualitas terletak dimata orang yang melihatnya. Perspektif yang subjektif dan berorientasi pada kebutuhan ini mengakui bahwa pelanggan yang berbeda memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda pula.
3. Definisi berbasis nilai mendefinisikan kualitas dalam hal nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan pertukaran antara kinerja (atau kesesuaian) dan harga, kualitas didefinisikan sebagai “keunggulan yang terjangkau”

Oleh karena itu, mendefinisikan kualitas layanan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi dan melampaui harapan pelanggan.

Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010;157) mengukur kualitas layanan berbasis pelanggan, dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori:

1. Ukuran Lunak, tidak dapat dengan mudah diamati dan harus dikumpulkan dengan berbicara kepada pelanggan, karyawan atau lainnya.
2. Ukuran Keras dan Standar, karakteristik dan aktifitas yang dapat dihitung, diberi waktu, atau diukur melalui audit. Langkah-langkah tersebut mungkin termasuk jumlah panggilan telepon yang putus ketika pelanggan menunggu, berapa banyak pesanan yang dijalankan dengan benar, waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas tertentu, berapa menit pelanggan harus menunggu sesuai tahap tertentu dalam penyajian pelayanan.

2.2.5.1 Dimensi-Dimensi Kualitas Layanan

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Valarie Zeithaml, Leonard Berry dan A.Parasuraman (2010;154) ada lima dimensi dalam kualitas pelayanan yaitu :

1. *Tangibles* (Penampilan unsur fisik)
2. *Reliability* (Kinerja yang dapat diandalkan dan akurat)
3. *Responsiveness* (Kecepatan dan kegunaan)
4. *Assurance* (Kredibilitas,keamanan,kompetensi dan kesopanan)
5. *Empathy* (Akses mudah, komunikasi yang baik dan pemahaman pelanggan)

2.2.6 Fasilitas

Kotler (2009;75) fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen, dalam usaha yang bergerak dibidang jasa , maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapatkan konsumen secara langsung.

Setiap perusahaan khususnya di bidang kesehatan atau rumah sakit memiliki standar fisik sebagai berikut :

1. Area parkir

Adanya tempat parkir di lingkungan rumah sakit membuat tamu atau pasien nyaman.

2. Lobby

Tempat menunggu bagi para tamu atau pasien dalam menerima layanan dari resepsionis ataupun petugas rumah sakit.

3. Kamar

Sarana utama bagi pasien rawat inap, di dalam kamar biasanya terdapat tempat tidur, lemari, kamar mandi, kipas angin atau AC dan sebagainya.

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. Harga adalah elemen termuda dalam program pemasaran untuk

disesuaikan: fitur produk, saluran dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu.

Harga juga memainkan peranan penting dalam mengkomunikasikan kualitas dari jasa tersebut. Konsumen mengasosiasikan harga yang tinggi dengan tingkat kinerja suatu produk jasa yang tinggi pula. Apabila konsumen mengeluarkan biaya yang dirasaka lebih besar dari manfaat yang diterima maka yang terjadi bahwa produk tersebut bernilai negatif. Konsumen mungkin akan menganggapnya sebagai nilai yang buruk dan kemudian akan mengurangi konsumsi produk tersebut. Apabila manfaat yang diterima lebih berat , maka yang terjadi adalah produk tersebut bernilai positif. Rambat Lupiyoadi (2014;138)

2.2.7.1 Tujuan Penentuan Harga

Rambat Lupiyoadi (2014;138) Menurut Adrian Payne, ada beberapa tujuan dalam penentuan harga, yaitu sebagai berikut :

1. Bertahan, merupakan usaha dalam meningkatkan laba ketika perusahaan sedang dalam kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha ini dilakukan untuk bertahan untuk kelangsungan hidup perusahaan,
2. Memaksimalkan laba, penentuan harga bertujuan untuk memaksimalkan laba dalam periode tertentu.
3. Memaksimalkan penjualan, penentuan harga bertujuan untuk membangun pangsa pasar dengan melakukan penjualan pada harga awal yang mengugikan.
4. Prestise, tujuan penentuan harga untuk memposisikan jasa perusahaan tersebut sebagai jasa yang eksklusif.

5. ROI, penentuan harga didasarkan atas pencapaian tingkat pengembalian investasi yang diinginkan.

2.2.7.2 Strategi Penentuan Harga

Rambat Lupiyoadi (2014;148), ada beberapa strategi yang digunakan oleh perusahaan jasa untuk menetapkan harga jasa kepada konsumen, yaitu :

1. Skimming Pasar, dimana pada awal produk baru ditawarkan dengan harga premium. Tujuannya untuk mengembalikan biaya investasi secepatnya. Strategi ini sesuai jika merek yang ditawarkan adalah merek baru yang memiliki kelebihan dibandingkan merek lain dan merek sudah dilindungi hak paten.
2. Penentuan harga penetrasi, dengan penentuan harga yang relative murah dengan tujuan memperluas pangsa pasar.
3. Penentuan harga prestise dan ekonomi, prestise adalah strategi menaikkan harga jasa dari harga rata-rata, sedangkan ekonomi menurunkan harga jasa dibawah rata-rata.
4. Penentuan harga majemuk, merupakan diskon kuantitas. Harga lebih murah dikenakan jika produk yang dibeli semakin banyak.
5. Penentuan harga ganjil, merupakan konsep psikolog, dimana Rp.999 dirasakan secara psikolog lebih rendah dari RP.1000 (belum ribuan masih ratusan)

2.2.8 Kepuasan Pelanggan

Philip Kotler, Kevin Lane Keller (2008;139) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil) ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi

ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan senang.

Philip Kotler, Kevin Lane Keller (2008;140) ada beberapa metode untuk mengukur kepuasan pasien, yaitu :

1. Survei berkala adalah melacak kepuasan konsumen dengan secara langsung dan dapat juga mengajukan pertanyaan tambahan dimana untuk mengukur niat konsumen untuk melakukan pembelian kembali dan kemungkinan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan perusahaan atau merk kepada orang lain.
2. Tingkat kehilangan pelanggan dan menghubungi kembali pelanggan yang telah berhenti atau beralih ke pemasok yang lain untuk mengetahui apa alasannya.
3. Perusahaan mempekerjakan pembelanja misterius untuk berperan sebagai pembeli potensial dan melaporkan titik kuat dan lemah yang dialaminya dalam melakukan pembelian pada produk pesain.

2.2.9 Hubungan Antar Variabel

2.2.9.1 Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien

Menurut Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010;91) kualitas layanan merupakan input utama dari kepuasan pelanggan. Dimana pelanggan yang sangat puas atau bahkan menyenangi kualitas layanan akan menjadi pendukung loyal bagi perusahaan, menggabungkan semua pembelian mereka dengan satu penyedia layanan dan menyebarkan berita positif. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syafriah Syah (2016) yang menganalisis pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUD Haji Medan, menyatakan bahwa

kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap karena pelayanan yang ditawarkan oleh RSUD Haji Medan dinilai sangat baik sehingga kepuasan pasien juga tercapai dengan baik. Dengan demikian hubungan kualitas layanan dengan kepuasan pasien bersifat positif.

2.2.9.2 Hubungan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien

Wirtz dan Mussry (2010;24) pemeliharaan fasilitas dapat membantu membentuk pengalaman pengunjung, menciptakan kegembiraan dan kepuasan bagi pengunjung. Sedangkan menurut Philip Kotler (2009;45) fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jarliyah dan Nadiyah (2017) yang menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Umum Daerah Aceh, bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien dengan nilai koefisien 0,660 artinya setiap kenaikan 100% perubahan dalam variabel kualitas pelayanan secara relative akan meningkatkan kepuasan pasien pada Rumah Sakit Umum Teuku Peukan Aceh Barat Daya. Dengan demikian hubungan fasilitas dengan kepuasan pasien bersifat positif.

2.2.9.3 Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Pasien

Menurut Tjiptono (2014:193) harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non moneter) yang diperlukan untuk mendapatkan suatu

jasa. Merupakan faktor yang berpotensi memuaskan kebutuhan konsumen dan keinginan tertentu. Dimana salahsatu manfaat penetapan harga yaitu untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Sedangkan menurut Lizar Alfansi (2012;157) dalam perusahaan jasa transportasi, asuransi, kesehatan dan yang lainnya bahwa tujuan harga yang ingin dicapai yaitu memuaskan kebutuhan pelanggan, mempertahankan pelanggan yang ada dan memperoleh pelanggan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syafrial Syah (2016) yang menganalisis pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUD Haji Medan, bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, hal ini terlihat nilai signifikan sebesar 0,659. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya harga maka pasien akan memiliki harapan lebih tinggi pula pada pelayanan yang ditawarkan. Apabila pelayanan yang ditawarkan oleh RSUD Deli sesuai harapan pasien maka pasien mendapatkan suatu kepuasan. Dengan demikian hubungan harga dengan kepuasan pasien bersifat positif.

2.3 Hipotesis

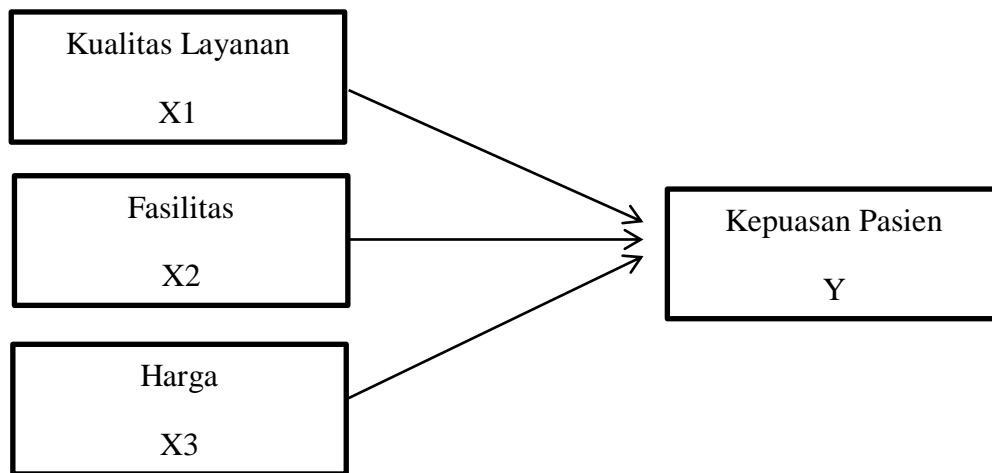
Dalam pembahasan dalam latar belakang dan landasan teori, maka hipotesis yang dirumuskan untuk diuji kebenarannya dalam penelitian yang dilaksanakan di Rumah Sakit Umum Daerah Umar Mas'ud, yaitu :

1. Diduga ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pasien rawat inap pada Rumah Sakit Umum Daerah Umar Mas'ud
2. Diduga ada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pasien rawat inap pada Rumah Sakit Umum Daerah Umar Mas'ud

3. Diduga ada pengaruh harga terhadap kepuasan pasien rawat inap pada Rumah Sakit Umum Daerah Umar Mas'ud

2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka berfikir merupakan model konseptual yang disesuaikan atau dibentuk sesuai dengan kebutuhan penelitian. Dibawah ini merupakan kerangka berfikir :



Keterangan :
→ : Secara Parsial

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual