

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN PADA RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK PERTIWI MAKASSAR

ELVIRA ANGGI RARA S



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2013

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN PADA RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK PERTIWI MAKASSAR

Yang disusun dan diajukan oleh

**ELVIRA ANGGI RARA S
A 211 08 970**



kepada

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2013**

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN PADA RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK PERTIWI MAKASSAR

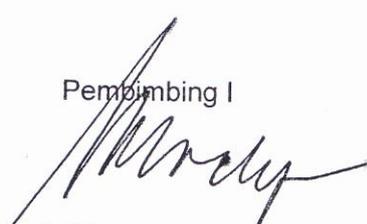
disusun dan diajukan Oleh :

ELVIRA ANGGI RARA SINANG
A21108970

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 14 Februari 2013

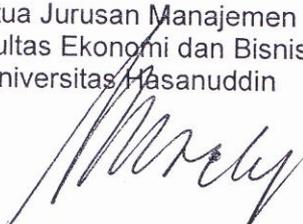
Pembimbing I


Dr. Muh. Yunus Amar, SE., MT
NIP. 196104301988101001

Pembimbing II


H. Muh. Sobarsyah, SE., M.Si
NIP. 196806291994031002

Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin


Dr. Muh. Yunus Amar, SE., MT
NIP. 196104301988101001

SKRIPSI

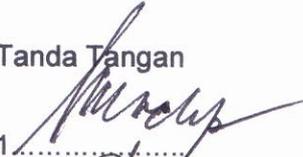
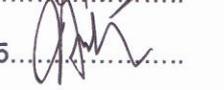
ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN PADA RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK PERTIWI MAKASSAR

disusun dan diajukan oleh

Elvira Anggi Rara Sinang
A211 08 970

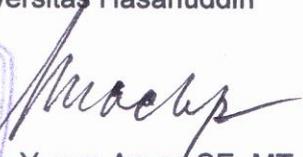
telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal 6 Maret 2013 dan
dinyatakan memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia Penguji

| No. | Nama Penguji | Jabatan | Tanda Tangan |
|-----|-----------------------------------|------------|---|
| 1. | Dr. Muhammad Yunus Amar, SE.,MT | Ketua | 1.....  |
| 2. | H. Muhammad Sobarsyah, SE.,M.Si | Sekretaris | 2.....  |
| 3. | Prof. Dr. H. Muh. Asdar, SE.,M.Si | Anggota | 3.....  |
| 4. | Dra. Fauziah Umar, MS | Anggota | 4.....  |
| 5. | Nur Alamsyah, SE.,M.Si | Anggota | 5.....  |

Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin




Dr. Muh. Yunus Amar, SE.,MT.
NIP.196204301988101001

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : ELVIRA ANGGI RARA SINANG

NIM : A21108970

Jurusan/program studi : MANAJEMEN

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN PADA RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK PERTIWI

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 15 Februari 2013

Membuat pernyataan,


ELVIRA ANGGI RARA SINANG

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah Bapa di Surga, Yesus Kristus atas berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien”** ini. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana ekonomi (S.E.) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.

Peneliti menyadari penyusunan skripsi ini dapat selesai tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk, saran serta motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada:

1. Kepada nenekku tercinta, Alfrida Tammu dan kedua orang tuaku tersayang, Kristianto Sinang dan Yesli Kadang, adikku Michael juga Tante Miana Kadang dan Om Surono Parabang, dan kakakku Defi serta seluruh keluarga yang selalu memberi doa, semangat dan dukungan kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Ali, SE., MS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
3. Bapak Dr. Muhammad Yunus Amar, SE., MT selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin dan selaku dosen pembimbing satu yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberi motivasi, dan memberi bantuan literatur, serta diskusi-diskusi yang dilakukan dengan peneliti.
4. Bapak H. Muhammad Sobarsyah, SE., M.Si selaku dosen pembimbing dua yang juga telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi motivasi dan arahan serta diskusi-diskusi dalam penulisan skripsi ini.
5. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selama ini memberikan ilmunya dan membimbing peneliti selama masa kuliah.
6. Seluruh staf akademik, staf Jurusan Manajemen, staf Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Staf Perpustakaan Universitas Hasanuddin.

7. Pimpinan, Staf dan Para Perawat Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi yang telah membantu peneliti dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini.
8. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
9. Kepada sahabat-sahabatku, Isma, Ani, Astrid dan Irda yang setia menemaniku dalam suka dan duka, memberi semangat dan dukungan serta doa.
10. Kepada teman-temanku Gary, Lia, K' Adnan, K' Suneth, K' Calu, K' Andri dan Fajar atas dukungan, bantuan dan kerja samanya, baik secara langsung maupun tidak langsung.
11. Teman-teman atau pihak-pihak yang lain yang tidak sempat saya tulis satu persatu namanya yang secara tidak langsung memberikan bantuan, semangat dan doa dalam penyusunan skripsi ini, maupun dalam kehidupan penulis.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti dengan segala kerendahan hati mengharapkan saran-saran yang membangun untuk kesempurnaan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Makassar, 27 Januari 2013

Peneliti

ABSTRAK

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi

The Analysis of Service Quality Effect to The Patients Satisfaction in Ibu dan Anak Pertiwi's Hospital

Elvira Anggi Rara Sinang
Dr. Muh. Yunus Amar, SE., MT
H. Muh. Sobarsyah, SE., M.Si

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan khususnya berdasarkan dimensi kualitas jasa yaitu terdiri dari variabel-variabel : *reliability* (keterandalan), *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati),

dan *tangible* (nyata) serta kepuasan pasien. Variabel-variabel tersebut digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi. tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan berupa *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (bentuk fisik) terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi. 2) Untuk mengetahui dimensi/variabel kualitas pelayanan yang paling besar pengaruhnya anak pertiwi terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Slovin*, dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuesioner. Metode analisis data menggunakan validitas, reliabilitas, analisis regresi berganda, uji F, uji t dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati) berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Variabel *tangible* (bentuk fisik), tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Variabel yang paling berpengaruh adalah variabel *responsiveness* (ketanggapan).

Kata kunci : *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (bentuk fisik) dan kepuasan pasien

This research is exploratory to ascendancy about the servis quality and expecialy belongs to the basic of servis quality and comprise of variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, and *tangible* and patients satisfaction. The variabels above means to analyse side efect of service quality about patients satisfaction in ibu dan anak pertiwi's hospital . The cause of this

research are: 1) *To know about the effect of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible to patient satisfaction in ibu dan anak pertiwi's hospital.* 2) *to know about which has more ascendancy to the patients satisfaction in ibu dan anak pertiwi's hospital.*

For taking an example in this analyse by using slovin metode what use 100 useres . Data collected technic by using an interview and quesioneer . And then the metode to analyse this data are used to use validitas, reliabilitas, multi liniear regression, F-statistic, t-statistic and determination koefisien.

The result of this research show that variables of *reliability, responsiveness, assurance, and emphaty* are effect to patients satisfaction. And variable of *tangible are not effect* to patient satisfaction. The Variable of responsiveness is most dominan to patients satisfaction.

Keywords : Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangible, and Patients Satisfaction

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN | v |
| PRAKATA | vi |
| ABSTRAK | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 5 |
| 1.4.1 Kegunaan Teoretis | 6 |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis | 6 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 7 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1 LandasanTeori | 8 |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran Jasa | 8 |
| 2.1.2 Kualitas Pelayanan Jasa | 13 |
| 2.1.3 Kepuasan Konsumen atau Pelanggan | 15 |
| 2.1.4 Mengukur Kepuasan Pelanggan | 17 |
| 2.2 Kerangka Pikir | 18 |
| 2.3 Hipotesis | 20 |
| | |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 22 |
| 3.1 Rancangan Penelitian | 22 |
| 3.2 Lokasi Penelitian | 22 |
| 3.3 Populasi dan Sampel | 22 |
| 3.3.1 Populasi | 22 |
| 3.3.2 Sampel | 23 |
| 3.4 Variabel Penelitian dan Pengertian Operasional | 24 |
| 3.4.1 Variabel Penelitian | 24 |

| | |
|---|-----------|
| 3.4.2 Definisi Operasional | 25 |
| 3.5 Jenis dan Sumber data | 28 |
| 3.5.1 Jenis Data | 28 |
| 3.5.2 Sumber Data | 28 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data | 29 |
| 3.7 Metode Analisis Data | 30 |
| 3.7.1 Validitas | 30 |
| 3.7.2 Reliabilitas | 31 |
| 3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda | 31 |
| 3.7.4 Uji F | 32 |
| 3.7.5 Uji t | 32 |
| 3.7.6 Koefisien Determinasi (r^2) | 33 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN | 34 |
| 4.1 Deskripsi Obyek Penelitian..... | 34 |
| 4.1.1 Riwayat singkat RS Ibu dan Anak Pertiwi | 34 |
| 4.1.2 Visi, Misi dan Motto | 35 |
| 4.1.3 Tujuan | 36 |
| 4.2 Karakteristik Responden | 36 |
| 4.3 Analisis Deskripsi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi | 39 |
| 4.4 Uji Validitas dan Uji Reabilitas | 51 |
| 4.4.1 Uji Validitas | 51 |
| 4.4.2 Uji Reliabilitas | 53 |
| 4.5 Metode Analisis Data | 54 |
| 4.5.1 Uji F | 54 |
| 4.5.2 Uji T | 57 |
| 4.5.3 Koefisien Determinasi | 66 |
| 4.6 Pembahasan | 66 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 72 |
| 5.1 Kesimpulan | 72 |
| 5.2 Saran | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA | 75 |
| LAMPIRAN | 77 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|--|---------|
| 1.1 Jumlah Kunjungan Rawat Jalan dan Rawat Inap Rumah Sakit Ibudan Anak Pertiwi Tahun 2009-2011 | 4 |
| 3.1 Definisi Operasional Variabel..... | 25 |
| 3.2 Alternatif jawaban dan Skor..... | 29 |
| 4.1 Persentase Pengelompokan Responden Menurut Usia | 37 |
| 4.2 Persentase Pengelompokan Responden Menurut Pendidikan Terakhir | 38 |
| 4.3 Persentase Pengelompokan Responden Menurut Pekerjaan | 38 |
| 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Keandalan (<i>reliability</i>).. | 40 |
| 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) | 42 |
| 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Jaminan (<i>assurance</i>) | 44 |
| 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Empati (<i>emphaty</i>) | 46 |
| 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Bukti Fisik (<i>tangible</i>) | 48 |
| 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pasien | 50 |
| 4.10 Hasil Uji Validitas Kuesioner | 52 |
| 4.11 Hasil Uji Reabilitas Kuesioner | 54 |
| 4.12 Rekapitulasi Hasil ANOVA | 54 |
| 4.13 Hasil Uji T | 57 |
| 4.14 Model Summary | 66 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|------------------------------|---------|
| 2.1 Kerangka Pemikiran | 20 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Halaman |
|-----------------------|---------|
| 1 Biodata | 78 |
| 2 Kuesioner | 79 |
| 3 Analisis Data | 84 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesehatan merupakan hal penting bagi manusia. Oleh karenanya kesehatan harus senantiasa dijaga. Kesadaran masyarakat yang semakin tinggi terhadap pentingnya kesehatan merupakan salah satu alasan bahwa kebutuhan akan prasarana kesehatan juga semakin meningkat, selain itu pula masyarakat akan semakin pandai untuk memilih mana yang terbaik dan sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan butuhkan. Satu mata rantai utama bagi pelayanan kesehatan yang mempunyai fungsi utama dalam usaha penyembuhan dan pemulihan adalah rumah sakit.

Terwujudnya suatu kondisi sehat merupakan harapan dari semua orang sehingga dalam upaya mewujudkan suatu kondisi sehat tersebut, harus dilakukan beberapa hal, salah satu diantaranya adalah menyelenggarakan pelayanan kesehatan bagi masyarakat. Rumah sakit merupakan bagian dari integral dari keseluruhan sistem pelayanan kesehatan yang dikembangkan melalui rencana pembangunan kesehatan. Rumah sakit merupakan tempat penampungan orang yang memiliki gangguan kesehatan yang memerlukan rawat inap, rawat jalan maupun kontrol kesehatan.

Selain sebagai penyedia pelayanan jasa kesehatan, rumah sakit mempunyai fungsi sosial yaitu memberikan pelayanan kesehatan kepada setiap lapisan masyarakat, dikarenakan kesehatan juga merupakan hak asasi setiap manusia, karena itu dituntut kemampuan dan keahlian manajemen Rumah Sakit

untuk bertahan dalam lingkungan industrinya. Kepuasan pasien didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu pelayanan yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Kepuasan merupakan pengalaman yang akan mengendap di dalam ingatan pasien sehingga mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian ulang produk yang sama (Endang H,1998).

Masalah utama sebagai sebuah lembaga jasa pelayanan kesehatan yang banyak pesaingnya adalah pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan pasien/konsumen atau belum? Oleh karena itu, Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan dan kepuasan pasien/konsumen (pelanggan) dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pasiennya meningkat.

Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut: 1) kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, 2) kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan, 3) kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Terciptanya kualitas layanan tentunya akan menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan. Kualitas layanan ini pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya terjalinnya hubungan yang harmonis antara penyedia barang dan jasa dengan pelanggan, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mounth*) yang menguntungkan bagi penyedia jasa tersebut. Pasien yang merasakan kepuasan pelayanan akan menguntungkan pihak rumah sakit yaitu dapat menambah kesetiaan pasien terhadap rumah sakit, sebaliknya ketidakpuasan yang dialami pasien dapat merusak citra rumah sakit dimata publik khususnya bagi calon pemakai jasa (Wahyudin,2005).

Untuk dapat menentukan kebijakan pelayanan yang tepat, khususnya dalam pelayanan kepada pasien, diperlukan kajian tentang dimensi kualitas pelayanan kepada pasien Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi. Sehubungan dengan kondisi itu, permasalahannya adalah apakah ada pengaruh variabel *reliability* (keterandalan), *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (nyata) terhadap kepuasan pasien. Dengan demikian, orientasi penelitian ini adalah untuk: (a) membuktikan apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien berdasarkan dimensi *reliability* (keterandalan), *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (nyata) di Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi; (b) mengidentifikasi dimensi-dimensi kualitas layanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi berdasarkan dimensi *reliability* (keterandalan), *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (nyata).

Adapun jumlah kunjungan pasien di Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi dalam 3 tahun terakhir disajikan pada tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1 :

Jumlah Kunjungan Rawat Jalan dan Rawat Inap Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi Tahun 2009-2011

| No | Bulan | Tahun | | | | | |
|----|---------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | | 2009 | | 2010 | | 2011 | |
| | | R. Inap | R. Jalan | R. Inap | R. Jalan | R. Inap | R. Jalan |
| 1 | Januari | 235 | 429 | 245 | 303 | 257 | 358 |
| 2 | Februari | 215 | 399 | 228 | 345 | 290 | 322 |
| 3 | Maret | 293 | 525 | 324 | 388 | 298 | 441 |
| 4 | April | 317 | 468 | 336 | 395 | 340 | 420 |
| 5 | Mei | 286 | 410 | 310 | 374 | 306 | 405 |
| 6 | Juni | 276 | 455 | 296 | 329 | 348 | 440 |
| 7 | Juli | 253 | 350 | 301 | 294 | 366 | 381 |
| 8 | Agustus | 252 | 351 | 265 | 338 | 323 | 352 |
| 9 | September | 291 | 367 | 320 | 315 | 353 | 368 |
| 10 | Oktober | 301 | 379 | 341 | 340 | 336 | 476 |
| 11 | November | 274 | 296 | 280 | 330 | 284 | 400 |
| 12 | Desember | 275 | 314 | 254 | 318 | 298 | 313 |
| | Jumlah | 3268 | 4743 | 3500 | 4072 | 3799 | 4676 |

Studi ini perlu dilakukan dalam rangka dapat memberikan manfaat sebagai sumbangan pemikiran kepada instansi pemerintah penyedia layanan kesehatan dalam upaya peningkatan pelayanan kepada pasien/konsumen (pelanggan), memberikan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam pengambilan keputusan tentang hubungan perbaikan kinerja pelayanan di Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi. Perusahaan jasa kesehatan diharapkan mampu untuk selalu konsisten pada perannya, terutama kuantitas dan kualitas pelayanan dalam upaya memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dari uraian latar belakang diatas, guna dapat meneliti lebih dalam berdasar sudut pandang kualitas pelayanan dan kepuasan pasien, maka penulis mengajukan skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi Makassar”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian dan penjelasan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kelima variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (bentuk fisik) berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi?
2. Variabel kualitas pelayanan manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan berupa *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (bentuk fisik) terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi.
2. Untuk mengetahui dimensi/variabel kualitas pelayanan yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bidang manajemen pemasaran pada khususnya dan sebagai referensi atau titik tolak tambahan bila diadakan penelitian lebih lanjut khususnya bagi pihak lain yang ingin mempelajari mengenai pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Manfaat praktis yang ingin dicapai dalam penelitian ini bagi beberapa pihak antara lain:

1. Bagi Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi

Melalui penelitian ini, Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi dapat mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan rumah sakitnya.

Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai acuan untuk mengambil kebijakan-kebijakan yang sesuai dan dapat meningkatkan kepuasan pasien.

2. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti dapat mengetahui bagaimana wujud nyata teori yang didapat selama masa perkuliahan.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah referensi bagi rekan-rekan mahasiswa atau pihak-pihak yang mungkin membutuhkannya dimasa yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk kejelasan dan ketepatan arah pembahasan dalam skripsi ini maka dibutuhkan sistematika penulisan. Adapun sistematika penulisan dari peneliti terdiri dari 5 bab yaitu sebagai berikut :

- BAB I : Bab ini merupakan pendahuluan yang berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II : Bab ini merupakan tinjauan pustaka yang berisi tentang landasan teori mengenai hal-hal yang ada dalam penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis.
- BAB III : Bab ini merupakan metode penelitian yang berisi lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis dan variabel penelitian.
- BAB IV : Bab ini merupakan hasil dan pembahasan yang berisi tentang gambaran umum tentang objek yang diteliti, analisis data, hasil dan pembahasan tentang objek yang diteliti.
- BAB V : Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Pemasaran Jasa

a. Pemasaran

Pemasaran menurut Philip Kotler (1997) adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Definisi pemasaran ini didasarkan pada konsep inti sebagai berikut:

1. Kebutuhan, keinginan dan permintaan

Dasar pemikiran pemasaran dimulai dari kebutuhan dan keinginan manusia. Manusia membutuhkan makanan, udara, air, pakaian, dan tempat berlindung untuk bertahan hidup. Lebih dari itu, mereka menginginkan rekreasi, pendidikan dan jasa-jasa lainnya. Mereka memiliki preferensi yang kuat atas jenis dan merek tertentu dari barang dan jasa produk.

Kebutuhan manusia adalah ketidakberadaan beberapa kepuasan dasar. Manusia membutuhkan makanan, pakaian, tempat berlindung, keamanan, hak milik, dan harga diri. Kebutuhan ini tidak diciptakan oleh masyarakat atau pemasar. Mereka merupakan hakikat biologis dan kondisi manusia.

Keinginan adalah hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik. Orang Amerika membutuhkan makanan dan menginginkan hamburger, kentang goreng dan coca-cola. Dalam masyarakat lain kebutuhan ini mungkin dipenuhi dengan cara lain. Meskipun kebutuhan manusia sedikit tapi keinginan mereka banyak. Keinginan manusia terus dibentuk dan diperbaharui oleh kekuatan lembaga sosial seperti gereja, sekolah, keluarga, dan perusahaan.

Permintaan adalah keinginan akan produk spesifik yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membelinya. Keinginan menjadi permintaan jika didukung oleh daya beli.

2. Produk (Barang dan Jasa)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Produk dapat dibedakan menjadi tiga jenis: barang fisik, jasa dan gagasan. Sebagai contoh, sebuah restoran siap saji menyediakan barang fisik (hamburger, kentang goreng, dan minuman ringan), jasa (pembelian, jasa memasak, dan penyediaan tempat duduk), dan gagasan (“menghemat waktu saya”).

3. Nilai

Nilai adalah perkiraan konsumen atas seluruh kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhannya.

4. Pertukaran dan Transaksi

Pertukaran adalah tindakan memperbolehkan barang yang dikehendaki dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai imbalan. Transaksi adalah perdagangan nilai-nilai antara dua pihak atau lebih.

5. Hubungan dan Jaringan

Pemasaran hubungan adalah praktik membangun hubungan jangka panjang yang memuaskan dengan pihak-pihak pelanggan, pemasok, penyalur guna mempertahankan preferensi dan bisnis jangka panjang mereka. Jaringan pemasaran terdiri dari perusahaan dan semua pihak-pihak pendukung yang berkepentingan.

6. Pasar

Pasar terdiri dari semua pelanggan yang memiliki kebutuhan dan keinginan tertentu yang sama, yang mungkin bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran.

Kegiatan pemasaran dilakukan bukan semata-mata untuk menjual barang atau jasa tetapi untuk memberikan kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Pemasaran juga merupakan suatu system keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, dan menawarkan barang dan jasa yang dapat memuaskan keinginan mereka untuk menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

b. Jasa

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau tidak. (Kotler dan Keller, 2008)

Jasa pada dasarnya adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan *output* selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada

saat bersamaan, memberikan nilai tambahan dan secara prinsip tidak berwujud (*intangible*) bagi pembeli pertamanya.

c. Karakteristik dan klasifikasi jasa

1) Karakteristik Jasa

Menurut Kotler dan AB Sutanto (2001 : 605) jasa memiliki empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran.

a) Tidak berwujud

Jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud. Tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli akan mencari tanda atau bukti kualitas jasa. Mereka akan menarik kesimpulan mengenai kualitas jasa dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, simbol dan harga yang mereka lihat.

b) Tidak Dapat Dipisahkan

Umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Tidak seperti barang fisik yang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan lewat berbagai penjual, dan kemudian baru dikonsumsi. Jika jasa itu dilakukan oleh orang, maka penyediannya adalah bagian dari jasa. Karena klien juga hadir saat jasa itu dilakukan, interaksi penyedia-klien adalah ciri khusus dari pemasaran jasa. Baik penyedia maupun klien mempengaruhi hasil jasa.

c) Variabilitas

Jasa sangat bervariasi, karena tergantung pada siapa menyediakan dan kapan serta dimana jasa itu dilakukan. Perusahaan jasa dapat mengambil tiga langkah ke arah kontrol kualitas. Pertama adalah investasi dalam seleksi dan pelatihan karyawan yang baik. Langkah kedua adalah menstandarisasi proses pelaksanaan jasa di seluruh organisasi. Langkah ketiga adalah memonitor kepuasan pelanggan lewat sistem saran dan keluhan, survei pelanggan, dan belanja perbandingan, sehingga pelayanan yang kurang dapat dideteksi dan diperbaiki.

d) Tidak Tahan Lama

Jasa tidak disimpan. Tidak tahan lamanya jasa tidak menjadi masalah bila permintaan tetap karena mudah mengatur staf untuk melakukan jasa itu terlebih dahulu. Jika permintaan berfluktuasi, perusahaan jasa menghadapi masalah yang rumit.

2) Klasifikasi Jasa

Untuk mengklasifikasikan jasa, dapat dipandang dari dua hal berikut (Griffin 1996, Ririn dan Martuti 2002 : 3):

- a) Tingkat kontak pelanggan dengan pemberi jasa sebagai bagian dari sistem saat jasa tersebut dihasilkan.
- ♦ *High-contak system*. Untuk menerima jasa pelanggan harus menjadi bagian dari sistem, misalnya pendidikan, rumah sakit, dan transportasi.
 - ♦ *Law-contak system*. Pelanggan tidak perlu menjadi bagian dari sistem untuk menerima jasa, misalnya jasa perbankan, reparasi mobil atau sepeda motor.

- b) Melihat kesamaannya dengan operasi manufaktur.
- ♦ *Pure service*. Jasa yang tergolong *high contact* dengan tanpa persediaan, dengan kata lain benar-benar beda dengan manufaktur.
 - ♦ *Quasi manufacturing service*. Jasa ini mirip dengan manufaktur, karena jasa ini bersifat *low contact* dan pelanggan tidak harus menjadi bagian dari proses produksi jasa.
 - ♦ *Mixed service*. Merupakan kelompok jasa dengan tingkat kontak menengah (*moderate contact*) yang menggabungkan beberapa fitur/sifat *pure service* dan *quasi manufacturing service*.

2.1.2 Kualitas Pelayanan Jasa

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2004). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2004). Zeithaml (1988) menyatakan bahwa kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang

diterima dengan pelayanan yang sesungguhnya konsumen harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan (Parasuraman et. al, 1988).

b. Dimensi Kualitas Jasa

Kualitas jasa akan dinilai oleh konsumen. Perusahaan hendaknya menentukan tolok ukur rencana kualitas produk dari tiap dimensi kualitasnya. Dimensi kualitas jasa menurut Zeithaml et.al. dapat dibagi ke dalam lima dimensi kualitas jasa, yaitu:

- 1) Reliability (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
- 2) Responsiveness (ketanggapan), yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan/pasien.
- 3) Assurance (jaminan dan kepastian), meliputi pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Terdiri atas komponen komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- 4) Emphaty yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, seperti kemudahan menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan

pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.

- 5) Tangibles (bukti fisik), meliputi penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan front office, tersedianya tempat parkir, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

2.1.3 Kepuasan Konsumen atau Pelanggan

Kotler (1997) mengatakan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan, maka pelanggan tidak puas.

Menurut Oliver (1997) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi purnabeli, di mana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian.

“Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini merupakan penilaian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan/mengonsumsi barang atau jasa tersebut” (John C Mowen dan Michael Minor 2002 : 89).

Banyak pakar mendefinisikan mengenai kepuasan pelanggan. Wikie (1990) dalam Tjiptono (1999) mendefinisikan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman pelanggan suatu produk atau jasa. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang

dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan (Engel, 1990).

Kepuasan pelanggan terhadap pembelian tergantung pada kinerja nyata suatu produk, relatif terhadap harapan pembeli. Seorang pelanggan dapat saja mengalami berbagai derajat kepuasan. Jika kinerja produk kurang dari harapan, pelanggannya kecewa. Jika kinerja sepadan dengan harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggannya sangat puas atau sangat senang.

Menurut Fandy Tjiptono (1999) ada 2 model kepuasan pelanggan yaitu :

1. Model Kognitif

Penilaian pelanggan berdasarkan pada perbedaan antara suatu kumpulan dari kombinasi atribut yang dipandang ideal untuk individu dan persepsinya tentang kombinasi dari atribut yang sebenarnya. Dengan kata lain penilaian berdasarkan perbedaan yang ideal dengan yang aktual. Apabila yang ideal sama dengan persepsinya maka pelanggan akan puas, sebaliknya apabila perbedaan antara yang ideal dan yang aktual semakin besar maka konsumen semakin tidak puas. Berdasarkan model ini maka kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan 2 cara yang utama, yaitu :

- a. Mengubah penawaran perusahaan sehingga sesuai dengan yang ideal.
- b. Meyakinkan pelanggan bahwa yang ideal tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.

2. Model Afektif

Model Afektif mengatakan bahwa penilaian pelanggan individual terhadap suatu produk tidak semata-mata berdasarkan perhitungan regional saja tetapi juga berdasarkan pada tingkat aspirasi, perilaku belajar (*learning behavior*), emosi perasaan spesifik (kepuasan, keengganan), suasana hati (*mood*) dan lain-lain.

2.1.4 Mengukur Kepuasan Pelanggan

Untuk melihat apakah pelanggan merasa puas dengan kinerja yang diberikan, ada beberapa cara untuk mengukur kepuasan pelanggan. Menurut Husein Umar (2003) ada 6 konsep umum yang dipakai, yaitu:

1. *Kepuasan dengan keseluruhan*. Caranya yaitu dengan menanyakan pelanggan mengenai tingkat kepuasan atas jasa yang bersangkutan serta menilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan atas jasa yang mereka terima dari para pesaing.
2. *Dimensi kepuasan pelanggan*. Prosesnya melalui empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf pelayanan terhadap pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Keempat, meminta pelanggan menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka ada di kelompok penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3. *Konfirmasi harapan*. Pada cara ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidakesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual jasa yang dijual perusahaan.
4. *Minat pembeli ulang*. Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan apakah mereka akan mengadakan pembelian ulang atas jasa yang sama yang dia konsumsi.
5. *Kesediaan untuk merekomendasi*. Cara ini merupakan ukuran yang penting, apalagi bagi jasa yang pembelian ulangnya relatif lama, seperti jasa pendidikan tinggi.
6. *Ketidakpuasan pelanggan*. Dapat dikaji misalnya dalam hal komplain, biaya garansi, word of mouth yang negatif, serta defections.

2.2 Kerangka Pikir

Dari Landasan Teori diatas peneliti menggunakan 5 dimensi yang dirasa penting untuk diteliti lebih lanjut, yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (bentuk fisik). Dimensi tersebut secara tidak sadar berpengaruh terhadap kepuasan konsumen/pelanggan.

Berdasarkan pendapat Shemwell, Yavas and Bilgin (1998: p.165) justifikasi dimensi dari kepuasan pelanggan dapat diturunkan dari dimensi kualitas pelayanan. Lima dimensi penilaian kepuasan tersebut antara lain :

1. Kepuasan kehandalan (*reliability*) yaitu kesesuaian antara harapan dan penerimaan - atas kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

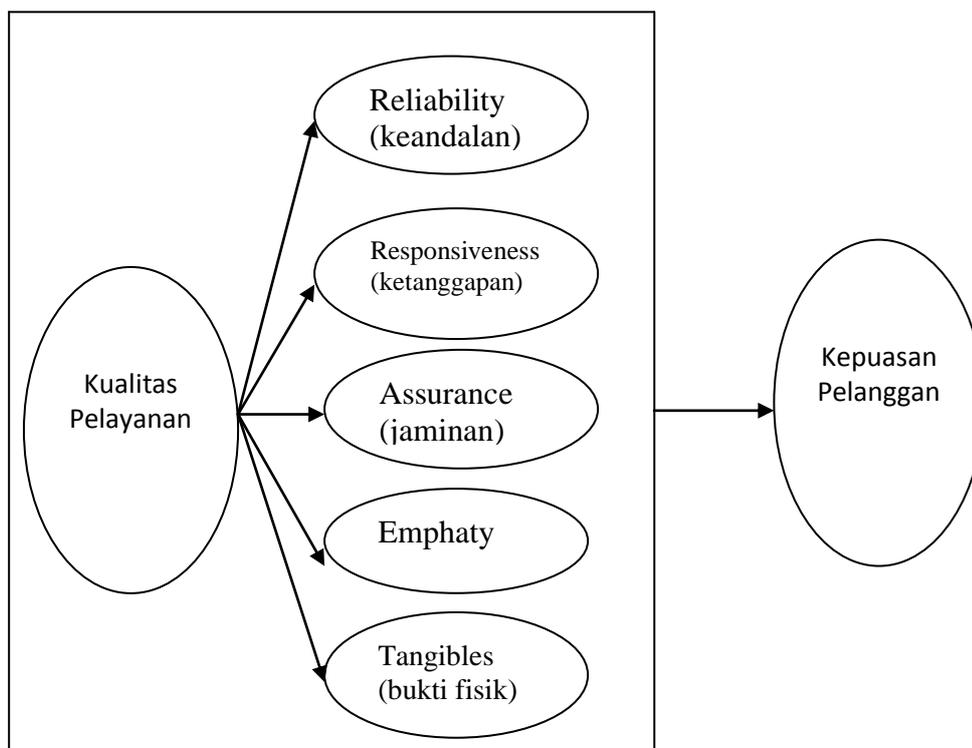
2. Kepuasan ketanggapan (*responsiveness*) yaitu kesesuaian antara harapan dan penerimaan atas kemampuan membantu pelanggan dan memberikan layanan jasa dengan cepat.
3. Kepuasan jaminan (*assurance*) yaitu kesesuaian antara harapan dan penerimaan atas pengetahuan dan kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
4. Kepuasan empati (*emphaty*) yaitu kesesuaian antara harapan dan penerimaan atas syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan. Esensi dimensi ini adalah menyampaikan pelayanan melalui sentuhan pribadi atau yang berorientasi pada keinginan pelanggan yang unik dan spesifik (Zeithaml, et.al, 1996).
5. Kepuasan bukti fisik (*tangible*) yaitu kesesuaian antara harapan dan penerimaan atas penampilan fisik, peralatan, personil dan media komunikasi.

Hasil temuan dari studi empiris terdahulu juga mendukung pandangan bahwa kualitas pelayanan merupakan determinan utama dari kepuasan pelanggan (Anderson and Sullivan, 1993; Anderson, Fornell and Lehmann, 1994; Athanassopoulus, 2000; Cronin, Brady and Hult, 2000; Fornell et al, 1996; Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1994). Melalui penelitian dengan menggunakan path analysis Bitner (1995) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan bahwa dalam perjalanannya kepuasan pelanggan merupakan kumpulan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

Hubungan antara kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan juga diungkapkan Lassar et al, (2000) dalam penelitiannya dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel independent kualitas pelayanan (*Service Quality*)

berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*).

Maka dari itu, peneliti mencoba menganalisa lebih lanjut dan guna memudahkan suatu penelitian maka dibawah ini digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu kesimpulan yang sifatnya sementara dan masih dibuktikan kebenarannya. Hipotesis ini merupakan dugaan yang masih dimungkinkan benar atau salah. Karena hipotesis masih merupakan jawaban sementara maka perlu dibuktikan kebenarannya. Berdasarkan rumusan

permasalahan dan temuan diatas sehingga hipotesis alternatif yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu ;

- H1 : Dimensi kualitas pelayanan berupa *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (bentuk fisik) berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi.
- H2 : Variabel *assurance* yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi.