

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TARIF DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN PASIEN**
(Studi Pada Pasien Rawat Inap RSKIA Ummi Khasanah Bantul)

ANA SISMIYATI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1), Tarif (X_2), dan Fasilitas (X_3) terhadap Kepuasan Pasien (Y) RSKIA Ummi Khasanah Bantul secara parsial dan simultan.

Penelitian ini dilakukan di RSKIA Ummi Khasanah Bantul pada tahun 2016/2017. Penelitian ini mengambil sebanyak 90 Pasien RSKIA Ummi Khasanah Bantul sebagai responden untuk pengujian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan kuesioner. Variabel utama dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X_1), Tarif (X_2), Fasilitas (X_3) dan Kepuasan Pasien (Y), sedangkan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1), secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien regresi 0,384 dan nilai signifikan 0,000, variabel Tarif (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien regresi 0,188 dan nilai signifikan 0,048, variabel Fasilitas (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien regresi 0,320 dan nilai signifikan 0,000. Hasil uji F menunjukkan F_{hitung} sebesar 46,111 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Hasil dalam penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan, Tarif dan Fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien. Nilai *Adjusted R Square* diperoleh sebesar 0,603 artinya 60,3% variabel Kepuasan Pasien (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Tarif (X_2), Fasilitas (X_3) dan sisanya 39,7% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Tarif, Fasilitas dan Kepuasan Pasien

ABSTRACT

This research aims to know the influence of quality service (X_1), rates (X_2), and facilities (X_3) of Patient Satisfaction (Y) RSKIA Ummi Khasanah Bantul partially and simultaneous.

This research was conducted in RSKIA Ummi Khasanah Bantul in 2016/2017. This research take a much 90 patient for a sample. Engineering data collection done by observation and questionnaire. The main variables in this study the influence of quality of service (X_1), rates (X_2), facilities (X_3) against the patient's Satisfaction (Y), while the analytical techniques used in the study are using multiple linear regression analysis, with the assistance of the program SPSS.

The results of this research show that service quality variables (X_1), partially positive and significant effect with the regression coefficient values and significant values 0.000 0.384, variable Rate (X_2) partially effect a positive and significant coefficient regression 0.188 and significant value, variable 0.048 facilities (X_3) partially effect a positive and significant coefficient regression 0.320 and significant values 0.000. Test results showed the F count amounted to a significant level of 46.111 0.000. The results in this study proves that the service quality, rates and Facilities simultaneous positive and significant effect against the patient's Satisfaction. Adjusted R Square value obtained of 0.603 60.3% means the patient Satisfaction variable (Y) can be explained by the variable quality of service (X_1), rates (X_2), facilities (X_3) and the rest 39.7% described or influenced by other variables that are not listed in the model of research.

Keywords: quality of service, rates, facilities and Patient Satisfaction

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan manusia pun terus berkembang. Salah satu kebutuhan tersebut diantaranya adalah kebutuhan akan pelayanan kesehatan, karena kesehatan merupakan salah satu kebutuhan hidup yang sangat penting dalam menunjang aktivitas sehari-hari. Masyarakat sudah mulai menyadari betapa berharganya kesehatan bagi hidup mereka karena begitu mahal biaya perawatan kesehatan yang seringkali sulit dijangkau. Semakin meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya arti kesehatan maka jasa pelayanan kesehatan menjadi sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan kesehatannya. Kesadaran masyarakat yang semakin tinggi terhadap pentingnya kesehatan merupakan salah satu alasan bahwa kebutuhan akan prasarana kesehatan juga semakin meningkat, selain itu masyarakat juga akan semakin pandai dalam memilih jasa penyedia layanan kesehatan yang terbaik dan sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan butuhkan.

RSKIA Ummi Khasanah merupakan salah satu penyedia jasa pelayanan kesehatan yang berada di daerah Bantul. RSKIA Ummi Khasanah membuka layanan kesehatan selama 24 jam atau dengan kata lain bahwa dokter jaga yang bertugas selalu *stand by* di klinik kapanpun dibutuhkan oleh pasien yang membutuhkan penanganan medis. Dilihat dari namanya RSKIA Ummi Khasanah merupakan Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak, namun demikian RSKIA Ummi Khasanah juga melayani penyakit umum dan gawat darurat. Fasilitas tersebut diberikan RSKIA Ummi Khasanah kepada masyarakat untuk mempermudah masyarakat apabila membutuhkan jasa RSKIA Ummi Khasanah dengan segera. Sehingga kapanpun masyarakat membutuhkan, RSKIA Ummi Khasanah akan siap melayaninya.

Persaingan dalam dunia bisnis, baik bidang manufaktur ataupun jasa menuntut perusahaan untuk dapat memperoleh keunggulan dalam persaingan tersebut. Untuk itu maka setiap perusahaan harus mampu memenuhi kepuasan pelanggannya, dengan strategi yang sesuai dengan jasa yang ia tawarkan. Tiga faktor penting yang perlu diperhatikan perusahaan dalam upaya mengatasi persaingan dan memenuhi kepuasan pasien diantaranya kualitas pelayanan, harga / tarif dan fasilitas.

Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan karena memperoleh kualitas pelayanan yang baik. Pihak Rumah Sakit dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan pasien dengan terus meningkatkan kualitas pelayanannya. Kepercayaan konsumen sangat mahal dan akan sulit menumbuhkannya karena melihat empat karakteristik jasa itu sendiri yaitu tak berwujud, bervariasi, tak terpisah, dan dapat musnah menurut Tjiptono (2002), serta tidak dapat diulang untuk dikonsumsi dengan hal yang sama, oleh karena itu apabila kualitas pelayanan yang baik yaitu handal, canggih, modern, lengkap dan cepat dalam merespon pasien serta lokasi yang dapat dijangkau dengan mudah dan strategis, dengan begitu konsumen akan mengambil keputusan untuk menggunakan jasa rawat inap yang ditawarkan dan setelah pemakaian jasa tersebut akan timbul sikap tentang kepuasan (Kotler, 2000).

Faktor kedua setelah kualitas pelayanan jasa, adalah tarif. Rumah Sakit juga perlu memikirkan tentang tarif pelayanannya sehingga tarif tersebut tepat atau sesuai di mata konsumen. Tarif yang tidak sesuai atau terlalu mahal malah justru akan membuat konsumen tidak puas, mengeluh dan akhirnya pindah ke pelayanan kesehatan lain.

Rumah Sakit merupakan penyedia layanan kesehatan yang menjadi pilihan masyarakat, khususnya masyarakat menengah ke atas. Karena itu tarif yang ditetapkan haruslah terjangkau sesuai kemampuan ekonomi masyarakat setempat. Harapan masyarakat Rumah Sakit dapat memberikan pelayanan kesehatan yang mudah, murah, dan efisien. Persepsi tarif sangatlah mempengaruhi kepuasan pasien.

Faktor ketiga setelah kualitas pelayanan dan tarif adalah fasilitas. Banyaknya penyedia layanan kesehatan menuntut konsumen lebih kritis dalam memilih jasa rumah sakit mana yang akan digunakan. Fasilitas penunjang pelayanan medis menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan. Peningkatan sarana dan prasarana Rumah Sakit juga perlu dilakukan untuk mencegah munculnya hambatan dalam pemberian pelayanan kesehatan yang berkualitas. Dengan peningkatan sarana dan prasarana diharapkan rumah sakit mampu mengantisipasi berbagai kendala teknis di lapangan yang dihadapi oleh pasien dalam mendapatkan pelayanan yang berkualitas.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik mengadakan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TARIF DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PASIEN (Studi Pada Pasien Rawat Inap RSKIA Ummi Khasanah Bantul)”**.

B. Landasan Teori

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai dengan pihak lain (Philip Kotler, 1996).

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan

usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan tarif, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik pada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Swasta, 2000).

Berdasarkan definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan pemasaran dilakukan bukan semata-mata untuk menjual barang atau jasa tetapi untuk memberikan kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Pemasaran juga merupakan suatu sistem 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.

2. Pengertian Jasa

Kotler (2002) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak dapat menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Jasa itu sendiri mempunyai empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran dan membedakannya dengan barang (Tjiptono, 2002) yaitu :

- a. *Intangibility* (tidak berwujud)
- b. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)
- c. *Variability/ heterogeneity/ inconsistency* (berubah-ubah)
- d. *Perishability* (tidak tahan lama)

3. Kepuasan Konsumen

Kotler dalam Lupiyoadi (2001) mengungkapkan kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/

jasa yang diterima dan diharapkan. Tjiptono (2002) mengungkapkan bahwa kepuasan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen.

4. Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk mengidentifikasi, mengukur dan memantau kepuasan pelanggan perusahaan. Kotler (2004) dalam Tjiptono & Chandra (2005) mengemukakan beberapa metode yang bisa digunakan yaitu:

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagipara pelanggannya guna menyampaikan kritik dan saran, pendapat serta keluhan mereka.

Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus dan lain-lain mengingat zaman sekarang teknologi sudah maju sekarang perusahaan-perusahaan dapat membuat *account* di jejaring sosial dan mengirim keluhan atau dapat melalui *e-mail*.

b. *Ghost Shopping* (Belanja samaran)

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian *Ghost*

shopper menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

c. *Lost Customer Analysis* (Analisis Pelanggan yang Hilang)

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau telah beralih pemasok dan diharapkan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dilakukan dengan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Dengan melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

5. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian

Pelayanan mengandung pengertian setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu (Kotler 1999).

Dari definisi di atas dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah ciri, karakteristik atau sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Menurut Wyckof, Lovelock (1988) dalam Tjiptono (2004), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang

diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyoadi (2006) mengidentifikasi lima kelompok karakteristik yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi kualitas pelayanan jasa, antara lain adalah :

- a) Bukti fisik (*tangible*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik, (misal: gedung, gudang dan lain lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- b) Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, dan sikap yang simpatik.
- c) Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan menyampaikan informasi yang jelas.

- d) Jaminan dan kepastian (*Assurance*) adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, keamanan, kredibilitas, kompetensi dan sopan santun.
- e) Empati (*Empathy*) dengan memerikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen untuk memahami kebutuhan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.

6. Tarif / Harga

a. Pengertian Tarif

Tarif 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 & Armstrong, 2001). Tarif merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi (Tjiptono, 2004).

Sedangkan menurut Basu Swastha (2007) Tarif adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa tarif adalah sejumlah uang yang dikeluarkan atau dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari produk yang dibeli tersebut.

b. Konsep Tarif

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

Beberapa studi telah menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk berubah-ubah seiring perubahan yang terjadi pada tarif. Konsep yang lain menunjukkan apabila tarif 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 nilai rupiah, sehingga dapat menciptakan langganan. Dalam tarif merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan tarif dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang dalam pemasaran. (Basu Swastha, 2007)

7. Fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri Kertajaya (2003). Fasilitas

dapat juga diartikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia di lingkungan maupun di dalam kantor perusahaan, dimaksudkan untuk memberikan pelayanan maksimal agar konsumen atau pelanggan merasakan nyaman dan puas. Fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam kegiatan suatu produk.

Menurut Kertajaya (2003) pemberian fasilitas yang memadai akan membantu meningkatkan empati konsumen terhadap setiap kondisi yang tercipta pada saat konsumen melakukan pembelian. Sehingga secara psikologis mereka akan memberikan suatu pernyataan bahwa mereka puas dalam melakukan pembeliannya. Hal-hal yang perlu disampaikan dalam fasilitas jasa antara lain:

- a. Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan
- b. Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan
- c. Kemudahan penggunaan fasilitas yang ditawarkan
- d. Kelengkapan alat yang digunakan

Fasilitas merupakan sarana penunjang yang digunakan perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Kotler (2001) menyatakan bahwa salah satu upaya yang dilakukan manajemen perusahaan terutama yang berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen yaitu dengan memberikan fasilitas sebaik-baiknya demi menarik dan mempertahankan pelanggan. Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang

disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas.

Penelitian Terdahulu

- a. Sunarsih (2016) dengan judul penelitian Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rental Alif Computer Kediri. Variabel independen adalah harga, kualitas layanan, dan kualitas produk sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda dengan hasil penelitian setiap variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kecuali persepsi harga.
- b. Wahyu Kartika Aji (2011) dengan judul penelitian Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien (Studi Pada Pasien Klinik As Syifa di Kab. Bekasi). Variabel independennya adalah Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas sedangkan variabel dependennya adalah Kepuasan Pasien. Metode yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda dengan hasil penelitian kualitas layanan, harga, dan fasilitas mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pasien
- c. Yudha Afriyadi (2016) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap kepuasan pasien rawat inap Rumah sakit Bedah Surabaya Variabel independen adalah, kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan pasien. Metode yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda dengan hasil penelitian setiap variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pasien rawat inap RSKIA Ummi Khasanah Bantul. Penelitian dilakukan pada Bulan Desember 2016 – Januari 2017.

Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian yang masih akan diuji kebenarannya. Dalam penelitian ini hipotesis yang akan diajukan adalah sebagai berikut:

- H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien Rawat Inap di RSKIA Ummi Khasanah
- H2: Tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien Rawat Inap di RSKIA Ummi Khasanah
- H3: Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien Rawat Inap di RSKIA Ummi Khasanah
- H4: Kualitas pelayanan, tarif dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien Rawat Inap di RSKIA Ummi Khasanah

Variabel Penelitian

1. Definisi Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel penelitian, yaitu variabel dependen dan variabel independen.

a. Variabel independen (tidak terikat)

Menurut Sugiyono (2009) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbul variabel terikat (*dependent variable*). Variabel independen yang akan diteliti pada penelitian ini adalah :

- 1) Kualitas Pelayanan (X1)
- 2) Tarif (X2)
- 3) Fasilitas (X3)

b. Variabel dependen (terikat)

Menurut Sugiyono (2009) Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen yang akan diteliti pada penelitian ini adalah kepuasan pasien (Y).

2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi Operasional adalah melekatkan arti pada suatu variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau

tindakan yang perlu untuk mengukur variabel itu. Definisi operasional menjelaskan variabel. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Variabel bebas (independen), yang terdiri dari :

1) Kualitas Pelayanan (X1)

Menurut Wyckof, Lovelock (1988) dalam Tjiptono (2004), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas layanan RSKIA UMMI Khasanah adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Indikator yang digunakan untuk mengukur Kualitas layanan adalah:

- a) Bangunan dan ruangan bersih, nyaman dan rapi
- b) Kecepatan dan ketepatan dalam melayani pasien
- c) Keramahan dan kesopanan karyawan
- d) Pengetahuan dan ketrampilan petugas medis
- e) Kepedulian dan Perhatian terhadap keluhan dan kebutuhan pasien

2) Tarif (X2)

Tarif 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).

Indikator yang digunakan untuk mengukur Tarif adalah :

- a) Kesesuaian antara tarif dengan manfaat yang diterima oleh pasien
- b) Kesesuaian tarif dengan fasilitas
- c) Keterjangkauan tarif dengan daya beli pasien

3) Fasilitas (X3)

Fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri Kertajaya (2003). Fasilitas dalam penelitian ini adalah sesuatu yang mempermudah pasien dalam memperoleh manfaat dari jasa yang di berikan rumah sakit.

Indikator yang digunakan untuk mengukur Fasilitas adalah:

- a) Kelengkapan peralatan medis
- b) Membuka klinik 24 jam
- c) Kenyamanan dan kebersihan ruangan rumah sakit

b. Variabel terikat (dependen), yaitu : Kepuasan Pelanggan (Y)

Kotler dalam Lupiyoadi (2001) mengungkapkan kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/ jasa yang diterima dan diharapkan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah :

- 1) Fasilitas rumah sakit menunjang kepuasan
- 2) Pelayanan yang diberikan memuaskan
- 3) Mengatakan hal positif mengenai RSKIA Ummi Khasanah bantul.
- 4) Kembali menggunakan jasa Rumah Sakit.

Metode Penentuan Subyek

1. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 1999). Populasi dalam penelitian ini adalah

seluruh pasien RSKIA Ummi Khasanah Bantul. Berdasarkan data pada bulan Oktober – November 2016 terdapat 973 orang pasien.

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. Sampel yang di ambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 1999).

2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pasien rawat inap di RSKIA Ummi Khasanah dari bulan Desember 2016-Januari 2017. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin (dalam Ridwan, 2007) dengan tingkat keyakinan (*confidence level*) sebesar 95 %. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

Keterangan :

N = jumlah populasi

n = jumlah sampel

d = tingkat kesalahan

Dengan menggunakan nilai d sebesar 10% populasi sebanyak 973 orang pasien maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{973}{1 + 973 \cdot (0.10)^2}$$

= 90,68 orang pasien (dibulatkan menjadi 90 orang pasien)

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Dari 4 butir pernyataan tentang Pelayanan, 4 butir pernyataan tentang Tarif, 4 butir pernyataan tentang Fasilitas, dan 4 butir pernyataan tentang kepuasan. Setelah diuji coba semua item pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Sig	Ket.
Pelayanan (X ₁)	A1	0,000	Valid
	A2	0,000	Valid
	A3	0,000	Valid
	A4	0,000	Valid
Tarif (X ₂)	B1	0,000	Valid
	B2	0,000	Valid
	B3	0,000	Valid
	B4	0,000	Valid
Fasilitas (X ₃)	C1	0,000	Valid
	C2	0,000	Valid
	C3	0,000	Valid
	C4	0,000	Valid
Kepuasan (Y)	D1	0,000	Valid
	D2	0,000	Valid
	D3	0,000	Valid
	D4	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Uji reliabilitas variabel Pelayanan, Tarif, Fasilitas dan Kepuasan menunjukkan hasil yang reliabel dan dapat dilihat pada tabel 2:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach alpha	Ket.
Pelayanan (X ₁)	0,812	Reliabel
Tarif (X ₂)	0,861	Reliabel
Fasilitas (X ₃)	0,813	Reliabel
Kepuasan (Y)	0,887	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Analisis linier berganda

Tabel 8. Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.895	1.153		1.643	.104
PELAYANAN	.384	.094	.368	4.078	.000
TARIF	.188	.094	.210	2.006	.048
FASILITAS	.320	.085	.337	3.743	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Model persamaan regresi berganda dari hasil perhitungan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = 1,895 + 0,384X_1 + 0,188X_2 + 0,320X_3$$

Hasil dari analisis tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai koefisien b_1 pada variabel X_1 bernilai positif yaitu sebesar 0,384. Hal ini menunjukan peningkatan variabel Kualitas pelayanan (X_1) sebesar 1% maka akan meningkatkan kepuasan pasien (Y) sebesar 0,384% dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.
- b. Nilai koefisien b_2 pada variabel X_2 bernilai positif yaitu sebesar 0,188. Hal ini menunjukan peningkatan variabel Tarif (X_2) sebesar 1% maka akan meningkatkan kepuasan pasien (Y) sebesar 0,188% dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.
- c. Nilai koefisien b_3 pada variabel X_3 bernilai positif yaitu sebesar 0,320. Hal ini menunjukan peningkatan variabel Fasilitas (X_3) sebesar 1% maka akan meningkatkan kepuasan pasien (Y) sebesar 0,320% dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.

Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji hipotesis menggunakan uji t dengan model regresi linier berganda yaitu untuk mengidentifikasi Kualitas Pelayanan, Tarif, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien RSKIA Ummi Khasanah Bantul secara parsial dengan menggunakan SPSS (Ghozali, 2006). Adapun kriteria hipotesis diterima bila taraf signifikan $< 0,05$. Pengaruh variabel diatas dapat dilihat pada tabel 8. Analisis Regresi Berganda pada nilai koefisien dan nilai signifikansinya.

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien

Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) memiliki nilai signifikan (sig) sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari taraf signifikan (α) = 0,05, maka dapat disimpulkan hipotesis pertama

diterima. Tanda positif (+) pada nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (0,384) menunjukkan hubungan searah. Artinya ada pengaruh positif yang menunjukan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan RSKIA Ummi Khasanah Bantul, maka semakin tinggi pula Kepuasan Pasien.

b. Pengaruh Tarif Terhadap Kepuasan Pasien

Variabel Tarif (X_2) memiliki nilai signifikan (sig) sebesar 0,048 yang nilainya lebih kecil dari taraf signifikan (α) = 0,05, maka dapat disimpulkan hipotesis kedua diterima. Tanda positif (+) pada nilai koefisien regresi variabel Tarif (0,188) menunjukkan hubungan searah. Artinya ada pengaruh positif yang menunjukan bahwa semakin sesuai tarif RSKIA Ummi Khasanah Bantul, maka semakin tinggi Kepuasan pasien.

c. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien

Variabel Fasilitas (X_3) memiliki nilai signifikan (sig) sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari taraf signifikan (α) = 0,05, maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima. Tanda positif (+) pada nilai koefisien regresi Fasilitas (0,320) menunjukan hubungan searah. Artinya ada pengaruh positif yang menunjukan bahwa semakin baik fasilitas RSKIA Ummi Khasanah Bantul, maka semakin tinggi pula Kepuasan pasien.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) yaitu untuk mengidentifikasi Kualitas Pelayanan, Tarif, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien RSKIA Ummi Khasanah Bantul secara simultan dengan menggunakan SPSS (Ghozali, 2006). Adapun kriteria hipotesis diterima bila taraf signifikan $< 0,05$. Uji F ini digunakan untuk menguji hipotesis keempat dalam penelitian ini.

Tabel 9. Uji F
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	168.932	3	56.311	46.111	.000 ^a
Residual	105.024	86	1.221		
Total	273.956	89			

a. Predictors: (Constant), FASILITAS, PELAYANAN, TARIF

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Uji F pada tabel memperlihatkan bahwa nilai signifikan uji F sebesar 0,000 < taraf signifikan α ($alpha$) yang telah ditetapkan yaitu 0,05 dan nilai positif 46,111. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis keempat yang menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Tarif, dan Fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pasien Rawat Inap di RSKIA Ummi Khasanah Bantul diterima.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Untuk mengetahui besarnya variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *adjusted R square* (R^2) (Ghozali, 2006). Hubungan Kualitas Pelayanan, Tarif, dan Fasilitas terhadap kepuasan Pasien dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R Square*). Dengan sumbangan efektif sebesar 0,603 (60,3%) dan sisanya sebesar 39,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 10. Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785 ^a	.617	.603	1.10508

a. Predictors: (Constant), FASILITAS, PELAYANAN, TARIF

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Simpulan

1. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini ditunjukkan nilai sig. sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari taraf signifikan (α) = 0,05, maka dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima. Tanda positif (+) pada nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (0,384) menunjukkan hubungan searah, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan RSKIA Ummi Khasanah Bantul semakin tinggi Kepuasan pasien.
2. Variabel Tarif (X_2) memiliki nilai signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini ditunjukkan nilai sig. sebesar 0,048 yang nilainya lebih kecil dari taraf signifikan (α) = 0,05, maka dapat disimpulkan hipotesis kedua diterima. Tanda positif (+) pada nilai koefisien regresi variabel tarif (0,118) menunjukkan hubungan searah, semakin baik dan sesuai tarif yang diberikan RSKIA Ummi Khasanah Bantul semakin tinggi Kepuasan pasien.
3. Variabel Fasilitas (X_3) memiliki nilai signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini ditunjukkan nilai sig. sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari taraf signifikan (α) = 0,05, maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima. Tanda positif (+) pada nilai koefisien regresi variabel Fasilitas (0,320) menunjukkan hubungan searah, semakin baik Fasilitas yang diberikan RSKIA Ummi Khasanah Bantul semakin tinggi Kepuasan pasien.
4. Hasil uji simultan atau Uji F mempunyai nilai 0,000 < taraf signifikan α ($alpha$) yang telah ditetapkan yaitu 0,05 Sehingga

dapat disimpulkan hipotesis keempat yang menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Tarif, dan Fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pasien Rawat Inap di RSKIA Ummi Khasanah Bantul diterima

5. Hubungan Kualitas Pelayanan, Tarif, dan Fasilitas terhadap kepuasan Pasien dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R Square*). Dengan sumbangan efektif sebesar 0,603 (60,3%) dan sisanya sebesar 39,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Implikasi

1. Implikasi teoritis

Implikasi teoritis ini berhubungan dengan kontribusi terhadap teori-teori mengenai variabel-variabel dalam penelitian. Hasil dari penelitian yang mengatakan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara variabel pengembangan Kualitas Pelayanan, Tarif, dan Fasilitas pekerjaan terhadap kepuasan Pasien Rawat Inap di RSKIA Ummi Khasanah Bantul dan penelitian ini dapat membuktikan secara empiris teori yang sudah ada mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan Pasien.

2. Implikasi praktis

Hasil penelitian ini memberikan masukan kepada manajemen RSKIA Ummi Khasanah Bantul untuk dapat meningkatkan kepuasan Pasien melalui Kualitas Pelayanan, Tarif, dan Fasilitas. Kepuasan pasien akan membuat pasien menjadi loyal terhadap RSKIA Ummi Khasanah Bantul, loyalitas pasien akan membantu tercapainya tujuan perusahaan

Saran

1. Penelitian selanjutnya dapat diperluas lagi, tidak hanya meneliti variabel Hubungan Pelayanan, Tarif, dan Fasilitas dan Kepuasan pasien tetapi dapat juga meneliti variabel lain seperti citra rumah sakit, lingkungan, dan kualitas SDM, dan lain-lain .

2. Sebaiknya RSKIA Ummi Khasanah Bantul dapat selalu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien, mengingat kualitas pelayanan adalah variabel dominan dalam penelitian ini, kualitas layanan yang semakin baik membuat kepuasan pasien meningkat kedepannya loyalitas pasien akan memberikan dampak yang baik pada RSKIA Ummi Khasanah Bantul.
3. Fasilitas RSKIA Ummi Khasanah juga tak kalah penting, variabel fasilitas dalam penelitian ini juga mempunyai nilai yang tinggi dan signifikan terhadap kepuasan pasien, kedepannya diharapkan RSKIA Ummi Khasanah Bantul dapat selalu memperbaharui, melengkapi, dan menjaga fasilitas yang diberikan kepada pasien.
4. Variabel Tarif dalam penelitian ini mempunyai nilai yang lebih kecil dibandingkan dengan kualitas pelayanan dan fasilitas, walaupun begitu variabel tarif dalam penelitian ini mempunyai nilai yang positif dan signifikan, untuk itu RSKIA Ummi Khasanah tetap harus mengevaluasi dan memperhatikan lagi tarif yang diberikan kepada pasien agar tarif yang dibayarkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan.

Daftar Pustaka

- Ghozali, Imam, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Keller, K, L. dan Kotler, P. 2007. *Manajemen Pemasaran* Edisi Dua Belas. PT Indeks.
- Kotler dan Armstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 1996, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C. Wirtz, J. dan Mussry, J. 2012. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Edisi Tujuh*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Edisi Pertama. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ridwan. 2007. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung. Alfabeta.

- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabetha, Bandung.
- Sumarni, Murti dan Salamah Wahyuni. 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sunarsih. 2016. *Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rental Alif Computer Kediri*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, Fandy, 1999, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI.
- 2004, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2005, *Service, Quality and Satisfaction*, Yogyakarta: ANDI.
- *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyu Kartika Aji. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien (Studi Pada Pasien Klinik As Syifa di Kab. Bekasi)*. Semarang; Universitas Diponegoro Semarang.
- Yunianti. 2016. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien di Rumah Sakit*. Yogyakarta: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta.