

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN
TERHADAP LOYALITAS PASIEN RAWAT JALAN DAN
RAWAT INAP RUMAH SAKIT OTORITA BATAM**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi dan Melengkapi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh
Ujian Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Bisnis Dan
Manajemen Universitas Widyatama**



Disusun Oleh :

Nama : WIDYA CHITAMI PUTI

NPM : 02.08.149

FAKULTAS BISNIS DAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS WIDYATAMA

Terakreditasi (Accredited) Peringkat "A"

SK. Ketua Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-TP)

Nomor : 010/BAN-PT/AK-X/S1/V/2007

BANDUNG

2013

ABSTRAK

Dalam penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap Dan Rawat Jalan Rumah Sakit Otorita Batam”, penulis meneliti apakah ada hubungan yang positif antara kualitas jasa dan kepuasan dengan loyalitas pasien rawat inap dan rawat jalan rumah sakit otorita Batam.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui: Kualitas pelayanan rawat jalan dan rawat inap yang diterapkan di Rumah Sakit Otorita Batam, Kepuasan pasien terhadap loyalitas Rumah Sakit Otorita Batam, dan Besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien rawat jalan dan rawat inap Rumah Sakit Otorita Batam.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif melalui pendekatan survey. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode *probability sampling*, yaitu suatu teknik penarikan sampel yang memberikan kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel. Dengan ukuran populasi (N) = 41024, maka jumlah pasien rawat inap yang akan dijadikan responden dihitung menggunakan rumus Slovin (**Suliyanto, 2006:100**) jumlah responden penelitian ini dengan tingkat kesalahan sebesar 10% (tingkat kepercayaan 90 %) adalah 100 responden.

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi rank spearman didapat r_s sebesar 0,766 artinya variabel kualitas pelayanan (X_1), dan kepuasan (X_2) memiliki keeratan hubungan yang kuat dengan Loyalitas Pasien (Y) Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam. Perhitungan koefisien determinasi dalam persen diperoleh hasil sebesar 58,6%, artinya variabel kualitas pelayanan (X_1), dan kepuasan (X_2) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pasien, sebesar 58,6% dan sisanya 41,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Dari hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa nilai F_{hitung} (68,740) > F_{tabel} (3, 232) artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian kualitas pelayanan (X_1), dan kepuasan (X_2) berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien (Y) Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam.

Kata Kunci: kualitas, kepuasan, loyalitas, pelayanan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha dewasa ini begitu pesat menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin ketat, sehingga perusahaan dituntut untuk bekerja lebih efektif dan efisien dalam melaksanakan aktifitasnya. Serta dalam menghadapi era globalisasi sekarang, lingkungan dunia usaha harus dapat mengatasi perubahan teknologi yang semakin canggih, baik perusahaan yang berorientasi laba maupun nirlaba. Pengertian organisasi nirlaba secara umum adalah organisasi yang dalam operasinya ini tidak berorientasi dalam menghasilkan laba. Penekanan dalam organisasi ini pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pihak-pihak eksternal, contohnya adalah rumah sakit sebagai organisasi kesehatan.

Rumah Sakit merupakan salah satu lembaga yang bergerak dibidang pelayanan jasa kesehatan dengan tanggung jawab memberikan pengobatan, memberikan perawatan, mengusahakan kesembuhan dan kesehatan pasien, serta mengupayakan pendidikan hidup sehat bagi masyarakat. Pengertian rumah sakit menurut **Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 340/MENKES/PER/III/2010**, dikemukakan bahwa rumah sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Rumah Sakit Umum adalah Rumah Sakit yang memberikan pelayanan kesehatan pada semua bidang dan jenis penyakit.

Penilaian konsumen pada kualitas pelayanan Rumah Sakit merupakan hal penting sebagai acuan dalam membenahan pelayanan sehingga terciptanya suatu kepuasan pelanggan dan menciptakan suatu loyalitas dari konsumen. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen (**Tjiptono dan Chandra, 2005: 192**). Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan (**Assauri, 2003: 28**). Kepuasan pelanggan

dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggannya.

Kualitas pelayanan adalah hal yang penting untuk diperhatikan, karena hal tersebut akan dipersepsikan oleh konsumen setelah konsumen mengkonsumsi barang/jasa.. Persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa atau layanan untuk selalu memanjakan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya (Assauri, 2003: 25). Bila konsumen puas akan pengalaman mengkonsumsi barang atau jasa, itu adalah langkah awal untuk menjadikannya pelanggan yang loyal

Loyalitas merupakan hal yang penting dibangun setiap perusahaan untuk memenangkan kompetisi. Apalagi menurut **Reicheld dan Sasser dalam Suhartanto (2000:5)**, mengemukakan bahwa peningkatan 5% dalam kesetiaan pelanggan dapat meningkatkan keuntungan sebesar 25% sampai dengan 85%, dan 60% peningkatan penjualan kepada konsumen baru adalah atas rekomendasi pelanggan yang loyal terhadap perusahaan. Loyalitas merupakan salah satu kunci sukses dalam memenangkan persaingan bisnis saat ini.

Rumah Sakit Otorita Batam merupakan sebuah lembaga bisnis yang bergerak di bidang jasa pelayanan kesehatan. Rumah Sakit Otorita Batam termasuk rumah sakit tipe B. Rumah Sakit tipe B menurut **Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 340/MENKES/PER/III/2010** memiliki standarisasi Pelayanan Medik Umum terdiri dari Pelayanan Medik Dasar, Pelayanan Medik Gigi Mulut dan Pelayanan Kesehatan Ibu Anak /Keluarga Berencana. Pelayanan Gawat Darurat harus dapat memberikan pelayanan gawat darurat 24 (duapuluh empat) jam dan 7 (tujuh) hari seminggu dengan kemampuan melakukan pemeriksaan awal kasus-kasus gawat darurat, melakukan resusitasi dan stabilisasi sesuai dengan standar. Pelayanan Medik Spesialis Dasar terdiri dari Pelayanan Penyakit Dalam, Kesehatan Anak, Bedah, Obstetri dan Ginekologi. Pelayanan Spesialis Penunjang Medik terdiri dari Pelayanan Anestesiologi, Radiologi, Rehabilitasi Medik dan Patologi Klinik. Pelayanan Medik Spesialis Lain

sekurang-kurangnya 8 (delapan) dari 13 (tiga belas) pelayanan meliputi Mata, Telinga Hidung Tenggorokan, Syaraf, Jantung dan Pembuluh Darah, Kulit dan Kelamin, Kedokteran Jiwa, Paru, Orthopedi, Urologi, Bedah Syaraf, Bedah Plastik dan Kedokteran Forensik. Pelayanan Medik Spesialis Gigi Mulut terdiri dari Pelayanan Bedah Mulut, Konservasi/Endodonsi, dan Periodonti. Pelayanan Keperawatan dan Kebidanan terdiri dari pelayanan asuhan keperawatan dan asuhan kebidanan. Pelayanan Medik Subspesialis 2 (dua) dari 4 (empat) subspecialis dasar yang meliputi : Bedah, Penyakit Dalam, Kesehatan Anak, Obstetri dan Ginekologi. Pelayanan Penunjang Klinik terdiri dari Perawatan intensif, Pelayanan Darah, Gizi, Farmasi, Sterilisasi Instrumen dan Rekam Medik. Pelayanan Penunjang Non Klinik terdiri dari pelayanan *Laundry/Linen*, Jasa Boga /Dapur, Teknik dan Pemeliharaan Fasilitas, Pengelolaan Limbah, Gudang, *Ambulance*, Komunikasi, Pemulasaraan Jenazah, Pemadam Kebakaran, Pengelolaan Gas Medik dan Penampungan Air Bersih.

Standarisasi rumah sakit tipe B yang dimiliki Rumah Sakit Otorita Batam yaitu Pelayanan Medik Umum terdiri dari Pelayanan Medik Dasar, Pelayanan Medik Gigi Mulut dan Pelayanan Kesehatan Ibu Anak /Keluarga Berencana. Pelayanan Gawat Darurat harus dapat memberikan pelayanan gawat darurat 24 (dua puluh empat) jam dan 7 (tujuh) hari seminggu dengan kemampuan melakukan pemeriksaan awal kasus-kasus gawat darurat, melakukan resusitasi dan stabilisasi sesuai dengan standar Pelayanan Medik Spesialis Dasar terdiri dari Pelayanan Penyakit Dalam, Kesehatan Anak, Bedah, Obstetri dan Ginekologi. Pelayanan Spesialis Penunjang Medik terdiri dari Pelayanan Anestesiologi, Radiologi, Rehabilitasi Medik dan Patologi Klinik. Pelayanan Medik Spesialis 16 pelayanan medik meliputi Mata, Telinga Hidung Tenggorokan, Syaraf, Jantung dan Pembuluh darah, Paru, Orthopedi, Urologi, Bedah Syaraf, Bedah Plastik dan Kedokteran Forensik, Rehabilitasi Medik/Fisioterapi, Kulit Kelamin, Anestesi, Anak, Kandungan atau Kebidanan, Saraf. Pelayanan Medik Subspesialis 2 (dua) dari 4 (empat) subspecialis dasar yang meliputi : Bedah, Penyakit Dalam, Kesehatan Anak, Obstetri dan Ginekologi. Pelayanan Penunjang Klinik terdiri dari Perawatan intensif,

Pelayanan Darah, Gizi, Farmasi, Sterilisasi Instrumen dan Rekam Medik. Pelayanan Penunjang Non Klinik terdiri dari pelayanan *Laundry/Linen*, Jasa Boga / Dapur, Teknik dan Pemeliharaan Fasilitas, Pengelolaan Limbah, Gudang, *Ambulance*, Komunikasi, Pemulasaraan Jenazah, Pemadam Kebakaran, Pengelolaan Gas Medik dan Penampungan Air Bersih. Darah, Kulit dan Kelamin.

Dari standarisasi Rumah Sakit tipe B yang ditentukan oleh Menteri Kesehatan, Rumah Sakit Otorita Batam masih belum sesuai dengan standarisasi yang ditentukan Menteri Kesehatan yaitu Rumah sakit otorita Batam tidak memiliki fasilitas pelayanan spesialis penunjang medik Patologi Klinik, pelayanan medik spesialis Kedokteran Jiwa, dan juga pelayanan medik spesialis gigi dan mulut, Rumah Sakit Otorita Batam hanya memiliki Poliklinik Gigi saja. Sehingga menjadi masalah bagi pasien yang akan berobat ke spesialis kedokteran jiwa dan pelayanan medik spesialis gigi dan mulut. Sebagai sebuah lembaga jasa pelayanan kesehatan yang banyak pesaingnya.

Rumah Otorita Batam dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumennya meningkat. Pihak rumah sakit perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Menjalin hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Hal inilah yang disebut orientasi pada konsumen. Rumah sakit Otorita Batam merupakan salah satu dari beberapa rumah sakit di kota Batam. Berikut adalah Data Sarana Kesehatan Menurut Jenisnya di Kota Batam Tahun 2011

Tabel 1.1
Banyaknya Sarana Kesehatan Menurut Jenisnya Kota Batam 2011

No	Sarana Kesehatan	Pemerintah	Swasta / Swadana
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
1	Rumah Sakit Umum	2	6
2	Rumah Sakit Khusus	0	6
3	Puskesmas	14	0

4	Puskesmas Pembantu	50	0
5	Pukesmas Keliling	35	0
6	Balai Pengobatan / Klinik	0	180
7	Rumah Sakit Bersalin	0	62
8	Polindes	23	7

Sumber : Bidang Yankesfar Dinas Kesehatan Kota Batam

Data pasien tahun 2008 sampai dengan tahun 2011 menunjukkan bahwa jumlah setiap tahunnya mengalami pasang surut, kadang-kadang naik atau sebaliknya. Berikut adalah tabel mengenai data pasien tahun 2008 sampai dengan tahun 2011 :

Tabel 1.2
Data Kunjungan Rawat Jalan & Rawat Inap Rs. Otorita Batam
PERIODE TAHUN 2008 S/D TAHUN 2011

TAHUN	RAWAT JALAN	RAWAT INAP
2008	131980	12286
2009	114335	11970
2010	115281	8819
2011	135265	7949

Sumber Data : Rekap Data Rekam Medik RSOB

Dari data diatas dapat dilihat terjadinya penurunan dan kenaikan pada pelayanan rawat jalan. Adanya masalah pada kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa yaitu dimana dokter kurang memenuhi standar kinerja yang sudah ditetapkan, seperti dokter tidak ada ditempat ketika pasien membutuhkan jasa dokter untuk mendengarkan keluhan dan masalah kesehatan yang dimiliki pasien. Sedangkan, penurunan yang terjadi pada pelayanan rawat inap adanya masalah pada kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi

manajemen yaitu pada pihak manajemen rumah sakit otorita batam mengutamakan suasana kenyamanan dan fasilitas dari rawat inap tanpa melihat harapan pasien yang menginginkan kualitas pelayanan jasa dokter dan perawat yang baik untuk melayani pasien dengan cepat dan ada beberapa pelayanan yang kurang baik yaitu pelayanan disaat jam kerja malam dikarenakan lebih sedikit perawat jaga malam dibandingkan perawat yang bertugas dijam kerja pagi atau sore, dalam rawat inap fasilitas rumah sakit otorita batam mempunyai banyak saingan yang memiliki fasilitas lebih baik seperti rumah sakit swasta yang fasilitasnya lebih baik dan memadai.

Fakta dan uraian tersebut di atas selanjutnya memotivasi penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit”** (survey pada RS.Otorita Batam). Hal ini penting untuk memperkirakan keinginan dan harapan konsumen agar pelayanan yang disediakan bisa memberikan kepuasan optimal dan akhirnya konsumen menjadi loyal.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang pemilihan judul yang telah dikemukakan diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan kualitas pelayanan yang di berikan Rumah Sakit Otorita Batam.
2. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap Rumah Sakit Otorita Batam.
3. Bagaimana loyalitas konsumen terhadap Rumah Sakit Otorita Batam.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di Rumah Sakit Otorita Batam.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian yang penulis lakukan untuk memperoleh data dan informasi mengenai bagaimana tanggapan konsumen terhadap pelayanan rumah sakit, yang hasilnya dalam bentuk skripsi sebagai salah satu syarat dalam

menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana Jurusan Manajemen pada Universitas Widyatama Bandung.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Rumah Sakit Otorita Batam.
2. Kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan yang diberikan Rumah Sakit Otorita Batam.
3. Loaylitas konsumen atas kualitas pelayanan dan kepuasan yang diberikan Rumah Sakit Otorita Batam.
4. Besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien rawat jalan dan rawat inap Rumah Sakit Otorita Batam.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak ,diantaranya sebagai berikut:

A. Secara Teoritis

1. Bagi penulis

Untuk menerapkan teori-teori dan pengetahuan yang didapat di bangku kuliah ke dalam masalah yang sebenarnya terjadi pada suatu perusahaan khususnya mengenai kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan loyalitas yang dilaksanakan pada suatu perusahaan.

2. Akademik

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

B. Secara Praktis

1. Bagi manajemen rumah sakit

Dengan penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan yang berharga bagi Rumah Sakit Otorita Batam sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai dan tercapainya suatu loyalitas.

2. Bagi orang lain

- a). sebagai bahan bacaan untuk menambah pengetahuan mengenai objek yang diteliti, dan
- b). sebagai panduan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian pada objek dan atau masalah yang sama.

1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

1.5.1 Kerangka Pemikiran

Mengembangkan badan usaha khususnya yang bergerak di bisnis bidang jasa, salah satu yang diharapkan sebagai tujuan dari pencapaian usaha tersebut adalah bagaimana membuat pelanggan merasa puas akan berbagai pelayanan yang telah diberikan oleh pelaku dan dapat membuat pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan tersebut

Pengertian jasa menurut **Payne (2000:8)** sebagai berikut :

“Suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur tak berwujud dan yang berhubungan dengannya, melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan”.

Pengertian kualitas pelayanan menurut **Lovelock** yang dikutip oleh **Fandy Tjiptono (2006;59)** sebagai berikut:

“Kualitas Pelayanan atau Jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.”

Menurut **Parasuraman** yang dikutip oleh **Fandy Tjiptono (2006:70)** menyatakan bahwa ada lima dimensi kualitas jasa, yaitu :

1. Sarana dan Prasarana Fisik (*Tangible*)

Yaitu meliputi lokasi rumah sakit, penampilan gedung dan kelengkapan fasilitas rumah sakit. kerapihan, kesopanan, dan keramahan karyawan rumah sakit.

2. **Kehandalan** (*Reliability*)

Yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat. Misalnya: kemudahan menghubungi perusahaan dan ketepatan janji mengenai waktu pemasangan alat.

3. **Daya Tangkap** (*Responsiveness*)

Yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Misalnya : kecepatan dokter melayani pasien, dan penanganan yang tepat pada saat pasien membutuhkan pelayanan dokter dan perawat.

4. **Jaminan** (*Assurance*)

Yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan, serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Misalnya: keramahan dan kesopanan dari Customer Service Rumah Sakit, dan kesopanan dari dokter dan perawat saat melayani pasien.

5. **Perhatian** (*Emphaty*)

Yaitu kesediaan untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan. Misalnya : perhatian dari Dokter untuk mendengar keluhan dari pasien dan memberi solusi serta pelayanan kepada pasien.

Banyak perusahaan berfokus pada kepuasan tinggi karena banyak pelanggan yang tidak merasa puas, mudah berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Mereka yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pikirannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan menciptakan kelekatan emosional terhadap perusahaan. Kebanyakan pelanggan tidak lagi bersedia menerima atau mentoleransi kinerja kualitas yang biasa saja.

Setiap tindakan atau keinginan yang dilakukan perusahaan untuk memuaskan konsumen dampaknya dapat langsung dirasakan oleh konsumen. Sehingga konsumen bisa langsung mengambil kesimpulan apakah dirinya puas atau tidak menerima pelayanan yang diberikan perusahaan.

Pengertian Kepuasan Menurut **Kotler-Keller (2007:177)** menyatakan bahwa :
“Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.”

Kepuasan pelanggan dapat diukur menggunakan teknik pengukuran kepuasan pelanggan untuk mengetahui pelanggan merasa puas atau tidak. Menurut (**Martilla dan James, 1977**) yang di kutip oleh **Tjiptono(2008:35)** menyatakan bahwa :

Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut :

1. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkapkan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan Rumah Sakit pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas”(directly reported satisfaction).
2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*).
3. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).
4. Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance/performance ratings*). Teknik ini dikenal pula dengan istilah *importance-performance analysis*.

Bila seorang konsumen merasa puas mereka akan lebih sering menggunakan jasa – jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut. Keuntungan lainnya adalah bahwa perusahaan memiliki pelanggan yang berpotensi untuk melakukan pembelian dan jika merasa puas mereka akan setia dan loyal dalam

mempromosikan perusahaan dengan cara menceritakan kepuasan yang mereka peroleh dari perusahaan.

Pengertian Loyalitas menurut **Oliver** yang dikutip oleh **Ratih Hurriyati (2010:127)** sebagai berikut:

“Komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.”

Loyalitas konsumen (*Loyalty customer*) adalah suatu keyakinan konsumen terhadap suatu produk yang digunakannya, maka konsumen merasakan adanya tingkat kepuasan atas produk tersebut. Sering membeli atau menggunakan produk tersebut, merasa rugi bilamana berpindah ke produk lain (walaupun dengan alasan harga dan kualitas maupun produk), dan menghargai produk tersebut, serta membela atas produk yang digunakannya atau yang dipakainya (walaupun produk lain memiliki kualitas dan harga hampir sama).

Indikator dalam loyalitas konsumen menurut **Ricky.W.Griffin (2004:4)** yaitu :

- a. Melakukan pembelian secara teratur
- b. Membeli di luar lini produk
- c. Merekomendasikan kepada orang lain
- d. Menunjukkan kekebalan dari tarikan pesaing

Pelayanan mempunyai peranan penting dalam mewujudkan kepuasan konsumen, sebab pelayanan adalah citra dari rumah sakit itu sendiri untuk menunjang rasa loyalitas konsumen terhadap rumah sakit.

Pengertian menjaga mutu pelayanan menurut **Boy Subirosa Sabarguna (2004 : 79)** adalah sebagai berikut :

“Quality assurance atau menjaga mutu adalah suatu program berlanjut yang disusun secara objektif dan sistematis memantau dan menilai

mutu dan kewajaran asuhan terhadap pasien, menggunakan peluang untuk meningkatkan asuhan pasien dan memecahkan masalah – masalah yang terungkap.

Tabel 1.3
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
2	Budi Agustiono dan Sumarno (Jurnal 2003)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit St. Elisabeth Semarang	Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan dan kepuasan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pasien rawat inap di rumah sakit st. elisabeth semarang.	-Variabel independent, yaitu Kualitas Pelayanan Jasa Rumah Sakit -Variabel dependent, yaitu loyalitas pasien	Variabel dependent, yaitu Kepuasan konsumen
3	Oldy Ardhana (2010)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan	Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan, harga dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	-Variabel Independent, yaitu Kualitas Pelayanan	-Variabel Independent , yaitu Harga Dan Lokasi -Variabel dependent, yaitu Kepuasan pelanggan

1.5.2 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2007:82) menyatakan bahwa hipotesis adalah sebagai berikut :

“Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh sebab itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan”.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka penulis membuat sebuah hipotesis terhadap masalah penelitian sebagai berikut: bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Metode Penelitian

Atas pertimbangan tujuan penelitian, maka penelitian ini bersifat verifikatif dan deskriptif. **Moh. Nazir (2005:55)** mengungkapkan bahwa:

“Metode deskriptif adalah metode penelitian untuk membuat gambaran situasi atau kejadian, sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar belaka”

Sedangkan metode verifikatif menurut **Singgih Santoso, dkk (2002:101)**:

“Metode dalam penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis sesuai dengan tujuan peneliti yang ingin dicapai”.

Penelitian verifikatif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien rawat jalan dan inap Rumah Sakit Otorita Batam.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah:

1. Penelitian Lapangan

Mengadakan penelitian langsung ke perusahaan yang dilakukan dengan teknik berikut:

a. Observasi

Observasi yaitu proses pencatatan pola perilaku subyek (orang), obyek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.

b. Wawancara

Suatu teknik pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pejabat perusahaan yang berwenang atau bagian yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti. Wawancara dilakukan

dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya sehingga tidak menyimpang dari topik yang dibahas.

c. Kuesioner

Daftar pertanyaan mengenai gambaran umum dari responden, serta satu set pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan setiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis, guna mendapatkan data-data primer, dianalisis dan ditarik kesimpulan.

2. Penelitian Kepustakaan.

Penelitian ini dimaksudkan sebagai cara untuk mendapatkan landasan teori yang dapat dijadikan pedoman dalam membandingkan antara teori yang didapat dengan praktek, yaitu dilakukan dengan cara:

- a. Membaca literatur yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.
- b. Membaca buku-buku, catatan-catatan kuliah serta tulisan lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Rumah Sakit Otorita Batam yang berlokasi di Jl. Dr. Cipto Mangunkusumo Sekupang Pulau Batam, Sedangkan waktu penelitian dilaksanakan dari bulan Mei 2012 sampai dengan selesainya skripsi ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Rumah Sakit

Dalam upaya meningkatkan derajat kesehatan masyarakat, rumah sakit mempunyai peranan yang sangat penting, terutama di dalam memberikan jasa pelayanan kesehatan. Rumah sakit merupakan suatu bentuk organisasi sosial ekonomi yang memiliki tujuan utama untuk memberikan jasa pelayanan di bidang kesehatan, baik dalam bentuk pemeriksaan, perawatan, pengobatan, tindakan medis, dan tindakan diagnosa lainnya yang dibutuhkan oleh pasien. Untuk lebih jelas kita perlu mengetahui lebih lanjut dari pengertian rumah sakit.

2.1.1 Pengertian Rumah Sakit

Berdasarkan jenis usahanya, rumah sakit merupakan suatu sarana di bidang kesehatan yang memberikan pelayanan baik di bidang medis maupun non medis dalam rangka meningkatkan derajat kesehatan masyarakat.

Sebagai organisasi nirlaba, rumah sakit umum berusaha memberikan pelayanan dan perawatan kesehatan semaksimal mungkin kepada masyarakat. Hal ini merupakan salah satu bagian dari fungsi rumah sakit. Pengertian Rumah Sakit menurut **Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 340/Menkes/Per/Lii/2010** adalah sebagai berikut :

“Rumah Sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanankesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat”.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari definisi di atas adalah bahwa rumah sakit mempunyai fungsi memberikan pelayanan medis dan para medis juga sebagai tempat pendidikan dan atau latihan tenaga medis dan para medis serta tempat penelitian dan pengembangan ilmu teknologi di bidang kesehatan dan tujuannya didirikannya rumah sakit adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam bidang kesehatan.

Menurut **UU No. 44 Tahun 2009**, rumah sakit mempunyai fungsi:

- a. penyelenggaraan pelayanan pengobatan dan pemulihan kesehatan sesuai dengan standar pelayanan rumah sakit
- b. pemeliharaan dan peningkatan kesehatan perorangan melalui pelayanan kesehatan yang paripurna sesuai kebutuhan medis
- c. penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan sumber daya manusia dalam rangka peningkatan kemampuan dalam pemberian pelayanan kesehatan
- d. penyelenggaraan penelitian dan pengembangan serta penapisan teknologi bidang kesehatan dalam rangka peningkatan pelayanan kesehatan dengan memperhatikan etika ilmu pengetahuan bidang kesehatan.

2.1.2 Klasifikasi Rumah Sakit

Menurut **UU No. 44 Tahun 2009**, rumah sakit dapat dibagi berdasarkan jenis pelayanan dan pengelolaan. Adapun klasifikasinya sebagai berikut:

1. Penggolongan rumah sakit berdasarkan jenis pelayanannya :
 - a. Rumah Sakit Umum: memberikan pelayanan kesehatan pada semua bidang dan jenis penyakit.
 - b. Rumah Sakit Khusus: memberikan pelayanan utama pada satu bidang atau satu jenis penyakit tertentu berdasarkan disiplin ilmu, golongan umur, organ, jenis penyakit, atau kekhususan lainnya.
2. Penggolongan rumah sakit berdasarkan penyelenggaranya :
 - a. Rumah Sakit Pemerintah adalah rumah sakit yang dimiliki dan diselenggarakan oleh :
 - Departement Kesehatan
 - Pemerintah Daerah
 - ABRI
 - BUMN
 - b. Rumah sakit swasta, adalah rumah sakit yang dimiliki dan diselenggarakan oleh :
 - Yayasan yang sudah disahkan sebagai badan hukum.
 - Badan hukum lain yang bersifat sosial.

3. Penggolongan rumah sakit berdasarkan perbedaan tingkat, menurut kemampuan pelayanan kesehatan yang dapat disediakan, yaitu :

a. Rumah Sakit kelas A

Merupakan Rumah Sakit yang telah mampu memberikan pelayanan Kedokteran Spesialis dan Subspesialis luas sehingga oleh pemerintah ditetapkan sebagai tempat rujukan tertinggi (*Top Referral Hospital*) atau biasa juga disebut sebagai Rumah Sakit Pusat.

b. Rumah Sakit kelas B

Merupakan Rumah Sakit yang telah mampu memberikan pelayanan Kedokteran Spesialis dan Subspesialis terbatas. Rumah Sakit ini didirikan di setiap Ibukota Propinsi yang mampu menampung pelayanan rujukan dari Rumah Sakit tingkat Kabupaten.

c. Rumah Sakit kelas C

Merupakan Rumah Sakit yang telah mampu memberikan pelayanan Kedokteran Spesialis terbatas. Rumah Sakit tipe C ini didirikan di setiap Ibukota Kabupaten (*Regency hospital*) yang mampu menampung pelayanan rujukan dari Puskesmas.

d. Rumah Sakit kelas D.

Merupakan Rumah Sakit yang hanya bersifat transisi dengan hanya memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan Kedokteran Umum dan gigi. Rumah sakit tipe C ini mampu menampung rujukan yang berasal dari Puskesmas.

2.2 Pemasaran

2.2.1 Definisi Pemasaran

Pemasaran adalah bidang pengetahuan mengenai hubungan suatu bisnis dengan pasar. Pasar ini terbentuk dari pelanggan, calon pelanggan, pesaing pemasok. Saluran distribusi, media komunikasi dan peraturan pemerintah.

Setiap perusahaan tidak akan terlepas dari kegiatan pemasaran, karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh

perusahaan dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidupnya dan mendapatkan laba.

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi. (www.google.com)

Pengertian pemasaran menurut **Kotler** dalam **saladin (2006 : 1)** sebagai berikut :

“Pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk jasa yang bernilai dengan pihak lain”

Menurut **Stanton** dalam **Basu Swasta Dharmesta dan Irawan (2005 : 5)** mengemukakan pemasaran sebagai berikut :

“Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial”

Dari defenisi para ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dari individu dan kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran (nilai) produk dengan pihak lain, dimana hal ini juga diharapkan maupun memberikan kepuasan kepada konsumennya.

2.3 Jasa

2.3.1 Definisi Jasa

Pertumbuhan jasa yang luar biasa mendorong timbulnya perhatian yang lebih pada industri jasa, disamping penjualan produk fisik yang lebih dahulu

berkembang. Beberapa definisi jasa yang telah dikemukakan oleh beberapa ahli yaitu :

Menurut **Kotler Keller (2008 ; 36)** yang dialih bahasakan oleh **Bob Sabran** menyatakan :

“Jasa adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun”.

Sedangkan menurut **Zeithaml dan Bitner (2007;243)** yaitu :

“Jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi secara bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud.

Dari definisi-definis di atas tersebut dapat disimpulkan bahwa jasa adalah kegiatan yang ditawarkan dari satu pihak ke pihak lain, yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun untuk dapat memuaskan kebutuhan konsumen.

2.3.2 Karakteristik Jasa

Jasa memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan produk yang berupa barang dan karakteristik tersebut sangat mempengaruhi desain program pemasaran.

Menurut **Kotler dan Keller (2008;39)** yang dialih bahaskan oleh Bob Sabran jasa mempunyai empat karakteristik yang sangat mempengaruhi desain program pemasaran,yaitu :

1. Tak Berwujud

Tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat,dirasakan,diraba,didengar, atau dibaui sebelum jasa itu dibeli, Seseorang yang mengalami bedah kosmetik tidak dapat melihat hasilnya sebelum membeli, dan pasien di kantor psikiater tidak dapat mengetahui hasil pasti perawatannya.Perusahaan jasa dapat berusaha mendemonstrasikan kualitas jasa mereka melalui bukti fisik dan

presentasi. Pemasar jasa harus mentransformasikan jasa tak berwujud kedalam manfaat konkret dan pengalaman yang terdefinisi baik.

2. Tidak Terpisahkan (Inseparability)

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa dilain pihak, umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan.

3. Bervariasi (Variability)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan non- standardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

4. Tidak Tahan Lama (Perishability)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

2.3.3 Klasifikasi Jasa

Ada banyak dasar yang digunakan untuk mengklasifikasi jasa, menurut **Lovelock, Evans**, dan **Berman** seperti yang dikutip oleh **Fandy Tjiptono (2005:13)**, terdapat 7 kriteria pokok untuk mengklasifikasikan jasa, yaitu:

1. Segmen Pasar

Berdasarkan segmen pasar, jasa dapat dibedakan menjadi jasa konsumen akhir dan jasa kepada konsumen organisasi. Sebenarnya ada kesamaan diantara kedua segmen pasar tersebut dalam pembelian jasa, baik konsumen akhir maupun konsumen organisasional yaitu sama-sama melalui proses pengambilan keputusan. Meskipun faktor-faktor yang mempengaruhi pembeliannya berbeda. Perbedaan utama antara kedua segmen tersebut adalah alasan dalam memilih jasa, kuantitas jasa yang dibutuhkan, dan kompleksitas pengerjaan jasa tersebut.

2. Tingkat keberwujudan

Kriteria ini berhubungan dengan tingkat keterlibatan fisik dengan konsumen. Berdasarkan kriteria ini, jasa dapat dibedakan menjadi tiga macam, yaitu:

a. *Rented good service*

Dalam jenis ini, konsumen menyewa dan menggunakan produk-produk tertentu berdasarkan tarif tertentu selama jangka waktu tertentu pula. Konsumen hanya dapat menggunakan produk tersebut, karena kepemilikannya tetap berada pada pihak perusahaan yang menyewakan. Contohnya : penyewaan mobil, vcd, villa, apartemen.

b. *Owned goods service*

Pada *owned goods service*, produk-produk yang dimiliki konsumen direparasi, dikembangkan atau ditingkatkan atau dipelihara oleh perusahaan jasa. Contohnya : jasa reparasi (arloji, mobil, sepeda motor).

c. *Non goods service*

Karakteristik khusus pada jenis ini adalah jasa personal bersifat intangible (tidak berbentuk) ditawarkan kepada pelanggan. Contohnya: sopir, *baby-sitter*, dosen, guru.

3. Keterampilan penyedia jasa

Berdasarkan tingkat keterampilan penyedia jasa, jasa terdiri atas:

- a. *Professional service*, misalnya konsultan, dokter, arsitek, notaris.
- b. *Non professional service*, misalnya sopir taksi, satpam.

4. Tujuan organisasi jasa

Berdasarkan tujuan organisasi, jasa dibagi menjadi:

a. *Commercial service*, diklasifikasikan menjadi :

Jasa komersial (*commercial service*) dapat diklasifikasikan lagi menjadi beberapa jenis (**Stanton, Etzel, dan Walker, 1991, 151**) yaitu:

- Perumahan, penginapan, mencakup penyewaan
- *Personal care*, mencakup *laundry*, penitipan anak
- Pendidikan swasta
- Asuransi, Perbankan, dan jasa finansial lainnya
- Transportasi, meliputi jasa angkutan (udara, darat, laut)
- Komunikasi, terdiri atas perusahaan telekomunikasi

b. *Non profit service*, misalnya yayasan, rumah sakit, panti asuhan, sekolah.

5. Regulasi

Dari aspek ini, jasa dapat dibagi menjadi :

- a. *Regulated service*, yaitu angkutan umum.
- b. *Non regulated service*, yaitu pengecat rumah, makelar, katering.

6. Tingkat intensitas karyawan

Berdasarkan tingkat intensitas karyawan, jasa dapat dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu:

- a) *Equipment based service*, misalnya jasa cuci mobil otomatis, jasa sumbangan telepon jarak jauh, ATM. Untuk perusahaan yang bersifat *equipment based service* mengandalkan penggunaan mesin dan peralatan canggih yang dapat dikendalikan dan dipantau secara otomatis atau semi otomatis.
- b) *People Based Service*, misalnya pelatih sepak bola, satpam, jasa akuntansi, konsultan manajemen. *People based service* ini masih dapat dikelompokkan menjadi kategori tidak terampil, terampil, dan pekerja profesional.

7. Tingkat kontak penyedia jasa dan pelanggan

Berdasarkan tingkat kontak ini, secara umum jasa dibagi menjadi *high contact service* (universitas, bank, dokter) dan *low-contact service* (bioskop). Pada jasa yang tingkat kontak dengan pelanggan tinggi, keterampilan interpersonal karyawan harus diperhatikan oleh perusahaan jasa, karena kemampuan membina hubungan sangat dibutuhkan dalam berurusan dengan orang banyak, seperti keramahan.

2.3.4 Pemakai Jasa Rumah Sakit

Pemakai jasa rumah sakit (*the users of hospital services*) khususnya di Indonesia, dibedakan dalam tiga kategori :

1. **Full Purchasers**

Pada kategori ini pemerintah dan perusahaan-perusahaan swasta merupakan pelanggan yang terbesar.

2. *Semi Buyers (pelayanan)*

Yaitu pemakai jasa yang tidak atau belum dapat membayar penuh nota tagihan rumah sakit.

3. *Prodeo Users*

Yaitu pemakai jasa yang sama sekali tidak sanggup membayar biaya perawatan rumah sakit. Kelompok ini terbagi ke dalam dua bagian, yaitu :

- a. Kelompok yang secara material tidak sanggup membayar sesenpun
- b. Kelompok prodeo users "*in optima forma*" yang terdiri dari :
 - Mereka meninggalkan rumah sakit tanpa izin.
 - Mereka kurang puas dengan pelayanan rumah sakit.
 - Mereka yang mendapat *privilege social* (ditanggung oleh badan-badan).

2.4 Kualitas Pelayanan

2.4.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml (dalam Lupiyoadi, 2006: 181). *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan.

Menurut Wyckof (dalam Wisnalmawati, 2005:155) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan,

maka kualitas jasa dianggap buruk (Tjiptono, 2005:121). Mengacu pada pengertian kualitas layanan tersebut maka konsep kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1997) dalam Wisnalmawati (2005:156). Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan.

Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Roesanto, 2000) dalam Nanang Tasunar (2006:44). Oleh karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, organisasi harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya (Suratno dan Purnama, 2004:74).

2.4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Pelayanan memainkan peranan yang sangat penting karena merupakan aktivitas pendukung dalam kegiatan pemasaran. Kualitas pelayanan merupakan perbedaan antara kenyataan dengan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima. Dalam bisnis jasa kualitas pelayanan menjadi kunci keberhasilan perusahaan. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006:182), yaitu:

- a. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.
- b. *Reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

- c. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
- e. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Menurut **Garvin** dalam **Tjiptono dan Chandra (2005:113)** mengembangkan delapan dimensi kualitas, yaitu:

- a. Kinerja (*performance*) yaitu mengenai karakteristik operasi pokok dari produk inti. Misalnya bentuk dan kemasan yang bagus akan lebih menarik pelanggan.
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- c. Keandalan (*reability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*). Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Seperti halnya produk atau jasa yang diterima pelanggan harus sesuai bentuk sampai jenisnya dengan kesepakatan bersama.
- e. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Biasanya pelanggan akan merasa puas bila produk yang dibeli tidak pernah rusak.
- f. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi; penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misalnya kemasan produk dengan warna-warna cerah, kondisi gedung dan lain sebagainya.

h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Sebagai contoh merek yang lebih dikenal masyarakat (*brand image*) akan lebih dipercaya dari pada merek yang masih baru dan belum dikenal.

Bila menurut **Hutt dan Speh dalam Nasution (2004: 47)** Kualitas pelayanan terdiri dari tiga dimensi atau komponen utama yang terdiri dari :

a. *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output yang diterima oleh pelanggan. Bisa diperinci lagi menjadi :

1) *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya: harga dan barang.

2) *Experience quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengonsumsi jasa atau produk. Contohnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, dan kearapihan hasil.

3) *Credence quality*, yaitu sesuatu yang sukar dievaluasi pelanggan, meskipun telah mengonsumsi suatu jasa.

b. *Functional quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.

c. *Corporate image*, yaitu yaitu profit, reputasi, citra umum, dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

Dari beberapa pendapat para ahli tentang dimensi kualitas pelayanan, dapat disimpulkan beberapa dimensi yang kredibel yaitu dengan memenuhi syarat agar sebuah pelayanan memungkinkan untuk menimbulkan kepuasan pelanggan. Adapun dimensi-dimensi tersebut yaitu: Tangibles atau bukti fisik, Reliability atau keandalan Responsiveness atau ketanggapan, Assurance atau jaminan/kepastian, Empathy atau kepedulian.

2.4.3 Model Kualitas Pelayanan

Menurut **Berry, Parasuraman, Zeithaml** yang dikutip oleh **Kotler Keller (2007:55)** merumuskan model kualitas pelayanan yang diperlukan pada industri jasa. Pada model tersebut mengidentifikasi lima kesenjangan yang mengakibatkan ketidakberhasilan penyerahan jasa :

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen.

Manajemen tidak selalu memahami dengan tepat apa yang di inginkan pelanggan.

2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa.

Manajemen mungkin memahami dengan tepat keinginan-keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standar kinerja.

3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyerahan jasa.

Karyawan mungkin kurang terlatih, tidak mampu atau tidak mau mematuhi standar, atau mereka kurang mungkin di hadapkan pada standar 17 yang saling bertentangan, seperti menyediakan waktu untuk mendengarkan pelanggan dan melayani mereka dengan cepat.

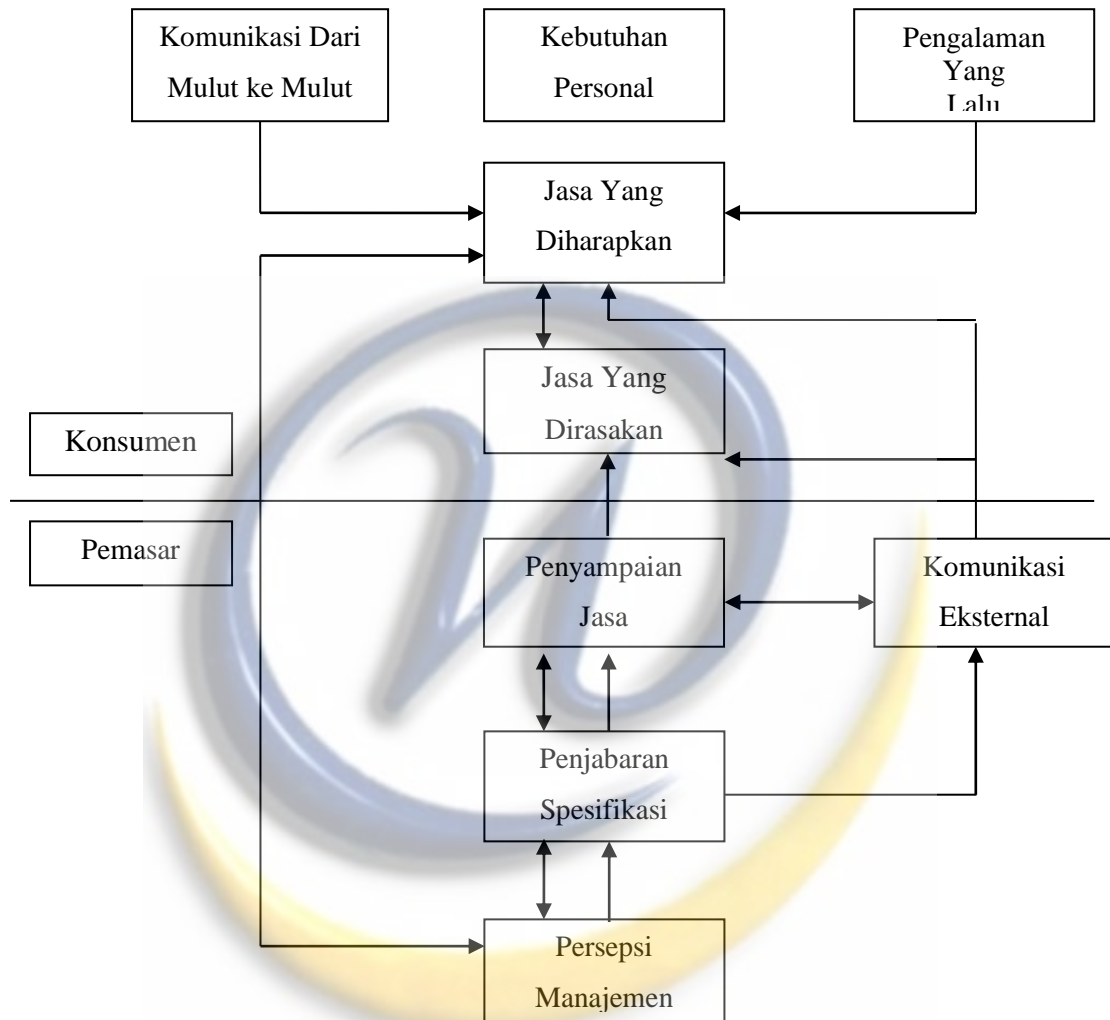
4. Kesenjangan antara penyerahan jasa dan komunikasi eksternal.

Harapan – harapan konsumen di pengaruhi pernyataan – pernyataan yang dikeluarkan perwakilan dan iklan perusahaan.

5. Kesenjangan antara persepsi jasa dan jasa yang diharapkan.

Kesenjangan ini terjadi apabila konsumen tersebut memiliki persepsi yang keliru tentang mutu jasa tersebut.

Gambar 2.1
Model Kualitas Pelayanan



Sumber : Tjiptono (2008;147)

2.4.4 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan

Dalam kualitas pelayanan terdapat prinsip – prinsip kualitas pelayanan, seperti yang di ungkapkan oleh **Fandy Tjiptono (2008:75)** sebagai berikut:

1. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan nuntuk meningkatkan strategi kinerja kualitasnya.tanpa adanya kepemimpinan dari

manajemen puncak maka usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari manajemen puncak berdampak kecil terhadap perusahaan.

2. Pendidikan

Semua personil perusahaan mulai dari manajemen puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek – aspek perlu mendapatkan penekanan pada pendidikan tersebut. Meliputi konsep kualitas sebagai bisnis, alat teknik implementasi strategi bisnis kualitas dan perencanaan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas

3. Perencanaan

Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya

4. Review

Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjalin adanya perhatian yang konstan dan terus menerus untuk mencapai tujuan kualitas

5. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam orang, dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan dan pemilik perusahaan

6. Penghargaan dan Pengukuran

Merupakan aspek penting dalam implementasi strategi kualitas setiap karyawan yang berprestasi tersebut diakui agar dapat memberikan kontribusi yang besar bagi perusahaan dan pelanggan yang dilayaninya.

2.4.5 Faktor – faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan.

Untuk menarik konsumen maka sebuah perusahaan baik perusahaan jasa atau produk wajib memberikan suatu kualitas jasa yang baik untuk konsumennya. Namun terkadang perusahaan belum bisa melakukan hal tersebut dikarenakan masih ada beberapa faktor yang menyebabkan kualitas suatu jasa menjadi buruk.

Faktor – faktor tersebut meliputi :

1. Produksi dan Konsumsi yang terjadi secara simultan
Salah satu karakteristik jasa yang penting adalah *Inseparability*, artinya jasa diproduksi dan di konsumsi pada saat yang bersamaan. Beberapa kekurangan yang mungkin ada pada karyawan pemberi jasa dan dapat berpengaruh terhadap persepsi pelanggan pada kualitas jasa misalnya :
 - a. Tidak terampil dalam melayani pelanggan.
 - b. Cara berpakaian tidak sesuai.
 - c. Tuturkatanya tidak sopan dan kurang menyenangkan.
2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi.
3. Dukungan terhadap pelanggan internal (pelanggan perantara) kurang memadai.
4. Kesenjangan – kesenjangan komunikasi. Kesenjangan komunikasi yang sering terjadi :
 - a. Perusahaan memberikan janji yang berlebihan, sehingga tidak dapat memenuhinya.
 - b. Perusahaan tidak bisa selalu menyajikan informasi terbaru kepada pelanggan, misalnya yang berkaitan dengan perubahan prosedur/aturan.
5. memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama karena pelanggan adalah manusia yang bersifat unik, karena memiliki perasaan dan emosi.
6. Perluasan atau pengembangan jasa secara berlebihan.
7. Visi bisnis jangka pendek.

2.5 Kepuasan Pelanggan

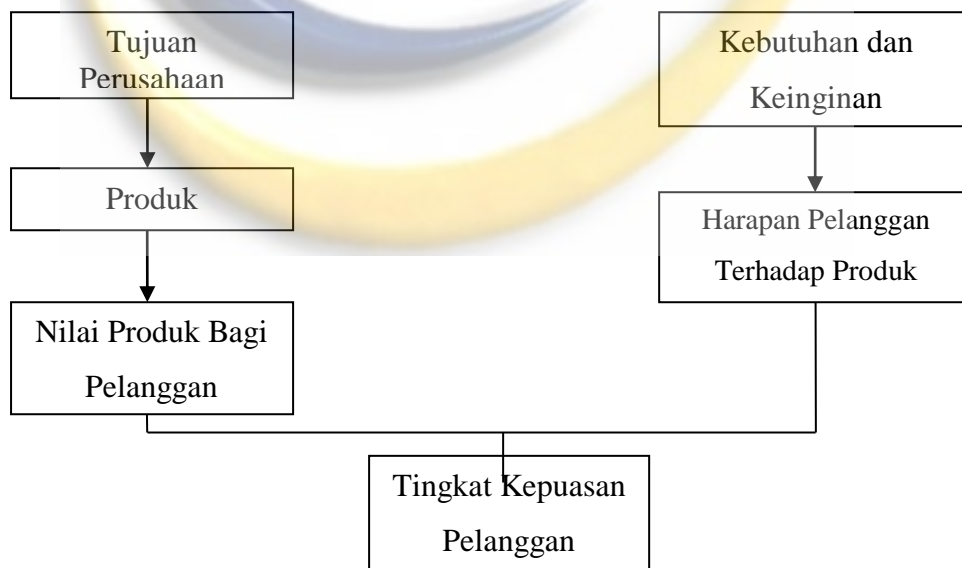
2.5.1 Definisi Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (**Kotler dkk, 2007 : 177**). Sedangkan **Tse dan Wilton (1988) dalam Lupiyoado (2006)** kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi

ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002:30). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Gambar 2.2
Konsep Kepuasan Pelanggan



Sumber: Fandy Tjiptono (2006), Manajemen Jasa, Yogyakarta, Penerbit Andi Offset, p. 147

Dari berbagai pendapat yang dilontarkan para ahli bisa disimpulkan definisi kepuasan pelanggan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

2.5.2 Alat untuk Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut **Philip Kotler (2005:72)** alat yang dapat digunakan untuk melacak dan mengukur kepuasan konsumen adalah :

1. Sistem keluhan dan saran

Sistem organisasi yang berpusat pada pelanggan mempermudah para konsumen atau pelanggannya guna memasukan saran dan keluhan. Contoh dengan menyediakan nomer telepon bebas pulsa, situs web, e-mail untuk arah komunikasi 2 arah yang tepat

2. Survey kepuasan konsumen atau pelanggan

Seumlah penelitian menunjukkan bahwa walaupun para pelanggan kecewa pada satu dari empat pembelian, kurang dari 5 % yang akan mengadakan keluhan. Kebanyakan pelanggan akan membeli lebih sedikit atau berpindah pemasok. Perusahaan yang tanggap mengukur kepuasan pelanggan akan secara langsung dengan melakukan survey, guna mengukur minat beli ulang dan mengukur kesedian merekomendasikan perusahaan dan merk ke orang lain.

3. Belanja siluman

Perusahaan dapat membayar orang untuk berpera sebagai calon pembeli guna melaporkan titik kuat dan lemah yang dialami sewaktu membeli produk perusahaan dan pesaing. Pembelanjaan misterius ini dapat cara penjualan karyawan di perusahaan itu menangani berbagai situasi. Para manejer itu sendiri harus keluar dari kantor masuk ke situasi penjualan di perusahaannya dan pesaingnya dengan cara menyamar, untuk mengetahui langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya

4. Analisis pelanggan yang hilang

Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang berhenti atau yang telah beralih ke perusahaan lain, guna mempelajari alasan kejadian itu. Dan supaya dapat mengambil kebijakan atau penyempurnaan selanjutnya. Serta yang penting jua adalah memantau tingkat kehilangan pelanggan.

Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya pelanggan ke perusahaan pesaing. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggan jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat.

2.5.3 Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut (Martilla dan James, 1977) yang di kutip oleh Tjiptono (2008:35) menyatakan bahwa, Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut :

1. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkapkan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan PT. Chandra pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas” (*directly reported satisfaction*).
2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*).
3. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).
4. Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance/performance ratings*). Teknik ini dikenal pula dengan istilah *importance-performance analysis*.

2.5.4 Mengukur Kepuasan Pasien di Rumah Sakit

Kepuasan pasien adalah indikator pertama dari standar suatu rumah sakit dan merupakan suatu ukuran mutu pelayanan. Kepuasan pasien yang rendah akan berdampak terhadap jumlah kunjungan yang akan memengaruhi provitabilitas rumah sakit, sedangkan sikap karyawan terhadap pasien juga akan berdampak terhadap kepuasan pasien dimana kebutuhan pasien dari waktu ke waktu akan meningkat, begitu pula tuntutan akan mutu pelayanan yang diberikan (Tjiptono dan Chandra, 2005).

Kebutuhan konsumen kesehatan amat bervariasi. Secara umum, kebutuhan konsumen kesehatan adalah kebutuhan terhadap akses layanan kesehatan, layanan yang tepat waktu, layanan yang efektif dan efisien, layanan yang layak dan tepat, lingkungan yang aman serta penghargaan dan penghormatan. Sementara itu terdapat kebutuhan khusus konsumen, antara lain kesinambungan layanan kesehatan dan kerahasiaan. Hal-hal tersebutlah yang memengaruhi kepuasan konsumen di sarana pelayanan kesehatan (Tjiptono dan Chandra, 2005).

Sarana pelayanan kesehatan sekarang ini harus mengikuti kebutuhan dan kepuasan konsumennya. Dengan pendekatan jaminan mutu layanan kesehatan kesehatan, kepuasan adalah bagian integral dan menyeluruh dari kegiatan jaminan mutu layanan kesehatan. Artinya, pengukuran tingkat kepuasan harus menjadi kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari pengukuran mutu layanan kesehatan. Konsekuensi dari pola pikir yang demikian adalah dimensi kepuasan konsumen menjadi salah satu dimensi mutu layanan kesehatan yang penting.

Kepuasan dirasakan oleh seseorang yang telah mengalami suatu hasil (*outcome*) yang sesuai dengan harapannya. Jadi kepuasan merupakan fungsi dari tingkat harapan yang dirasakan dari hasil kegiatan. Apabila suatu hasil kegiatan melebihi harapan seseorang, orang tersebut akan dikatakan mengalami tingkat kepuasan yang tinggi (*fully satisfied*). Apabila hasil kerja tersebut sama dengan yang diharapkan, seseorang dikatakan puas (*satisfied*). Akan tetapi apabila hasil tersebut jauh di bawah harapan, seseorang akan merasa tidak puas (*dissatisfied*). Untuk memahami tingkat kepuasan terhadap pelayanan kesehatan, terlebih dahulu kita harus memahami apa harapannya terhadap sebuah pelayanan. Harapan dibuat

berdasarkan pengalaman sebelumnya atau situasi yang sama, pernyataan yang dibuat oleh orang lain dan pernyataan yang dibuat oleh penyedia jasa pelayanan kesehatan (**Kotler, 2003**).

Konsumen memiliki hak untuk menyampaikan keluhannya terhadap pelayanan kesehatan yang diterimanya dan kemudian memberikan penilaian atas tanggapan yang diberikan oleh mereka yang menerima keluhan tersebut. Mekanisme *feed back* inilah yang kita harapkan akan meningkatkan mutu sarana pelayanan kesehatan. Pemahaman responden mengenai pelayanan kesehatan yang diterimanya akan menjadi sebuah perspektif kepada penentu keputusan di sarana pelayanan kesehatan supaya perspektif mengenai pelayanan kesehatan dari sudut pandangnya sebagai penyedia jasa dapat lebih dilengkapi lagi (**Prastanika, 2007**).

Layanan kesehatan yang bermutu, tidak dapat melepaskan diri dari kenyataan akan pentingnya menjaga kepuasan pasien, termasuk dalam menangani keluhan yang disampaikan oleh pasien. Kepuasan adalah sebuah suasana batin yang seharusnya direbut oleh layanan kesehatan untuk memenangkan persaingan dalam konteks pelayanan kepada masyarakat. Bagi pelayanan kesehatan secara khusus rumah sakit, penurunan kepuasan akan dapat diikuti oleh penurunan loyalitas dan ini merupakan sebuah *warning* bagi rumah sakit (**Irawan, 2007**).

2.5.5 Indikator Kepuasan Pasien

Kepuasan pasien, sangat berhubungan dengan kenyamanan, keramahan, dan kecepatan pelayanan. Kepuasan pasien, merupakan indikator yang berhubungan dengan jumlah keluhan pasien atau keluarga, kritik dalam kolom surat pembaca, pengaduan mal praktek, laporan dari staf medik dan perawatan dan sebagainya.

Kepuasan sering dikaitkan dengan mutu. Mutu berarti kepuasan pelanggan, baik internal maupun eksternal. Kepuasan tidak hanya bagi pelanggan ataupun pasien akan tetapi akan dirasakan oleh petugas kesehatan. Jika kepuasan petugas kesehatan terpenuhi, diharapkan akan dapat memberikan pelayanan yang memuaskan pasien ataupun pelanggan. Dalam bidang kesehatan mutu adalah terpenuhinya keinginan seseorang yang paling membutuhkan pelayanan kesehatan

yang memuaskan pelanggan sesuai dengan tingkat kepuasan rata-rata pelanggan, serta diberikan sesuai dan etika profesi (Suryawati, 2006).

2.6 Loyalitas Pelanggan

2.6.1 Definisi Loyalitas

Menurut **Kotler** menyebutkan bahwa *customer loyalty* adalah suatu pembelian ulang yang dilakukan oleh seorang pelanggan karena komitmen pada suatu merek atau perusahaan (2005 : 18). Sebenarnya ada banyak faktor yang mempengaruhi suatu konsumen untuk loyal, antara lain faktor harga/ tarif. Seseorang tentu akan memilih perusahaan atau merek yang menurutnya menyediakan alternatif harga/tarif paling murah diantara pilihan-pilihan yang ada. Selain itu juga faktor kebiasaan, seseorang yang telah terbiasa menggunakan suatu merek atau perusahaan tertentu maka kemungkinan untuk berpindah ke pilihan yang lain akan semakin kecil.

Pengertian tentang seorang pelanggan yang loyal menurut **Ricky W Griffin** adalah *loyalty is defined non random purchase expressed over time by some decision summary unit* (2004 : 4). Yang artinya loyalitas lebih ditunjukkan kepada suatu perilaku dengan pembelian rutin, didasarkan pada unit.

Loyalitas konsumen secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas konsumen merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut. Loyalitas adalah bukti konsumen yang selalu menjadi pelanggan, yang memiliki kekuatan dan sifat positif atas perusahaan itu. Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa masing – masing pelanggan mempunyai dasar loyalitas yang berbeda, hal ini tergantung dari objektivitas mereka masing-masing.

2.6.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan

Loyalitas mengarah pada perilaku yang diajukan dengan pembelian rutin yang didasarkan pada unit pengambil keputusan. Karakteristik pembelian yang loyal menurut **Jill Griffin (2005:31)** adalah sebagai berikut :

1. Melakukan pembelian berulang secara teratur.
2. Membeli Antarlini produk dan jasa.
3. Mereferensikan kepada orang lain.
4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing-pesaing.

Untuk menjadi pelanggan yang loyal pelanggan harus melalui tahapan, proses ini berlangsung lama, dengan penekanan dan perhatian yang berbeda untuk masing-masinghidup, karena setiap tahap mempunyai kebutuhan yang berbeda. Dengan memperhatikan masing-masing tahap dan memenuhi kebutuhan dalam setiap tahap tersebut. Perusahaan memiliki peluang yang lebih besar untuk membentuk calon pelanggan menjadi pelanggan yang loyal dan klien perusahaan.

2.6.3 Merancang Dan Menciptakan Loyalitas

Kaitannya dengan pengalaman pelanggan, **Smith (2002:43)** mengungkapkan bahwa loyalitas pelanggan tidak bisa tercipta begitu saja, tetapi harus dirancang oleh perusahaan. adapun tahap – tahap perancangan loyalitas tersebut adalah sebagai berikut :

1. *Define Costumer Value*
 - a. Identifikasi segmen pelanggan sasaran
 - b. Diidentifikasi nilai pelanggan mana yang menjadi pendorong keputusan pembelian dan penciptaan loyalitas.
2. *Design The Branded Costumer Experience*
 - a. Mengembangkan pemahaman *Costumer Experience*.
 - b. Merancang perilaku karyawan untuk merealisasikan *Brand Promise*.
 - c. Merancang perubahan strategi secara keseluruhan untuk merealisasikan pengalaman pelanggan baru.

3. *Equip People and delivery Consistenly*

- a. Mempersiapkan pemimpin untuk menjelaskan dan memberikan pengalaman kepada pelanggan.
- b. Melengkapi pengetahuan dan keahlian karyawan untuk mengembangkan dan memberikan pengalaman kepada pelanggan dalam setiap transaksi yang dilakukan pelanggan terhadap pembelian.
- c. Memperkuat kinerja perusahaan melalui pengukuran dan tindakan kepemimpinan.

4. *Sustain On Enhace Perfomance*

- a. Gunakan respon timbale balik pelanggan dan karyawan untuk memelihara pelanggan secara berkesinambungan dan mempertahankan pengalaman pelanggan.
- b. Membentuk kerja sama antara system HRD (*Human Resource Development*) dengan proses bisnis yang terlibat langsung dalam memberikan dan menciptakan pengalaman pelanggan.
- c. Secara terus menerus mengembangkan dan mengkomunikasikan hasil untuk menanamkan brande *costumer experience* yang telah dijalankan perusahaan.

2.6.4 Tahapan Loyalitas Pelanggan

Proses seorang calon pelanggan menjadi pelanggan yang loyal terhadap perusahaan terbentuk melalui beberapa tahapan. Menurut **Griffin** yang dikutip oleh **Ratih Hurriyati (2008 : 140)** membagi tahapan loyalitas pelanggan menjadi 7 tahapan, yaitu :

1. *Suspects*

Meliputi semua orang yang mungkin akan membeli barang/jasa perusahaan tetapi belum tahu apapun mengenai perusahaan dan barang/jasa yang ditawarkan.

2. *Prospects*

Orang-orang yang memiliki kebutuhan akan produk atau jasa tertentudan mempunyai kemampuan untuk membelinya.

3. Disqualified Prospects

Prospect yang telah mengetahui keberadaan barang/jasa tertentu, tetapi tidak mempunyai kebutuhan akan barang/jasa tersebut atau tidak mempunyai kemampuan untuk membeli barang/jasa tersebut.

4. First time customers

Pelanggan yang membeli untuk pertama kalinya. Mereka masih menjadi pelanggan yang baru.

5. Repeat customers

Pelanggan yang telah melakukan pembelian suatu produk sebanyak dua kali atau lebih. Mereka adalah yang melakukan pembelian atas produk yang sama sebanyak dua kali, atau membeli dua macam produk yang berbeda dalam dua kesempatan yang berbeda pula.

6. Clients

Clients membeli semua barang/jasa yang ditawarkan dan mereka butuhkan. Mereka membeli secara teratur, hubungan dengan jenis pelanggan ini sudah kuat dan berlangsung lama, yang membuat mereka tidak terpengaruh oleh produk pesaing.

7. Advocates

Sama halnya seperti clients, mereka juga membeli barang/jasa yang ditawarkan dan yang mereka butuhkan, serta melakukan pembelian secara teratur. Selain itu, mereka mendorong teman-teman mereka agar membeli barang/jasa perusahaan atau merekomendasikan perusahaan tersebut pada orang lain, dengan begitu secara tidak langsung mereka telah melakukan pemasaran untuk perusahaan dan membawa konsumen kepada perusahaan

Gambar 2.3
Piramida Loyalitas



Sumber : Griffin (2008;140)

2.6.5 Jenis dan Tingkatan Loyalitas

Menurut **Jill Griffin (2002)**, ada 4 jenis tingkat loyalitas pelanggan. Jenis-jenis tingkat loyalitas itu adalah :

a. No Loyalty

Pada tingkat ini pelanggan belum mempunyai loyalitas terhadap *brand* ataupun produk yang dikonsumsi. Pelanggan melihat bahwa tidak ada *value* yang didapat dari proses konsumsi. Pelanggan dengan mudahnya akan berpindah-pindah dengan mudahnya dari satu *brand* ke *brand* lainnya. Pelanggan pada level ini tidak akan memberikan profitabilitas yang signifikan bagi perusahaan.

b. Inertia Loyalty

Pada tingkatan ini pelanggan telah mengkonsumsi pada satu *brand* atau *service provider* dan datang berulang. Namun yang menjadi alasan ia mengkonsumsi berulang, karena pelanggan tidak mau melakukan evaluasi dan mencari alternatif lainnya, mungkin karena faktor pelanggan yang malas atau memang belum ada pesaing lain. Pada tipe ini pelanggan akan berpindah, bila ada *brand* atau *service provider* lain yang menawarkan produk/jasa yang sama

tapi memiliki *added value* dan ini berguna bagi pelanggan atau menjadi bahan pertimbangan.

c. *Latent Loyalty*

Pada tingkat ini, pelanggan telah melakukan pembelian berulang pada satu *brand/service provider*. Selain melakukan pembelian berulang, pelanggan juga telah mempunyai pandangan positif terhadap produk yang dikonsumsi. Pelanggan telah mencintai produk/jasa, tetapi intensitas dan volume pembeliannya belum terlalu tinggi. Pelanggan seperti ini akan menjadi target utama para produsen untuk membuatnya menjadi *premium loyalty*.

d. *Premium Loyalty*

Pelanggan pada tingkatan ini mempunyai kriteria-kriteria sebagai berikut :

- ❖ *Buy regularly*
- ❖ *Buy cross-section products*
- ❖ *Refer to others*
- ❖ *Immune to the pool of competitors*

Untuk mendapatkan pelanggan dengan *premium loyalty* adalah cita-cita semua perusahaan, karena akan memberikan keuntungan-keuntungan yang sifatnya jangka panjang bagi perusahaan. Salah satu perusahaan yang telah mempunyai pelanggan dengan *premium loyalty* dengan jumlah banyak adalah Harley Davidson.

Membedakan tingkat loyalitas ini sangat penting bagi suatu perusahaan, karena akan menjadi kunci untuk strategi pengembangan pelanggan dan strategi *customer relationship*. Memberikan gambaran pelanggan dan bagaimana cara untuk meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan. Memberikan pula prospektif pelanggan bagi perusahaan dan menyiapkan strategi untuk menggapai tujuan dan menjadikan pelanggan yang loyal terhadap perusahaan dan produknya.

2.6.6 Dimensi Loyalitas Pelanggan

Dalam **Suhartanto (2000)**, dimensi loyalitas dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

a. Dimensi Perilaku (*Behavioral Dimension*)

Dimensi perilaku adalah aspek dari perilaku konsumen (seperti pembelian ulang) yang ditujukan pada suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu (**Bowen dan Shoemaker, 1998 dalam Suhartanto, 2000**). Pembelian ulang oleh konsumen merupakan suatu hal yang menyenangkan bagi produsen, tapi harus diketahui bahwa pembelian ulang belum tentu menunjukkan kepuasan pelanggan melainkan tidak adanya alternatif lain (**Bejou and Palmer, 1998**). Selain pembelian ulang, harus dilihat juga sikap positif pelanggan terhadap produk/*service provider*-nya.

b. Dimensi Sikap (*Attitudinal Dimension*)

Menurut **Gemler dan Brown (1997, dalam Suhartanto, 2000)**, dimensi sikap merupakan niat dan preferensi konsumen untuk membeli suatu jasa atau produk tertentu. Niat untuk membeli atau niat untuk merekomendasikan dan preferensi pada suatu perusahaan jasa merupakan faktor penting dalam menentukan bisnis dimasa yang akan datang. Semakin besar niat konsumen untuk membeli ulang dan merekomendasikan suatu perusahaan jasa memberikan suatu indikasi bahwa perusahaan itu memiliki masa depan yang cerah. Menggambarkan juga, bagaimana keadaan konsumennya yang memiliki tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi.

2.6.7 Hukum Loyalitas Pelanggan

Dalam Bukunya *Costumer Loyalty*, **Jill Griffin (2002:219)** yang dikutip oleh **Buchari Alma (2002:276)**, menyatakan bahwa ada 12 (dua belas) Hukum Loyalty yaitu :

1. *Built Staff Loyalty*, Konsumen akan sangat senang dengan staff yang dekat dengannya, yang penuh perhatian.
2. *Practice the 80/20 rule*, artinya 80% pendapatan lembaga bisa datang dari 20% konsumen.

3. *Know your Loyalty Stages, and Ensure Your Costumer Are Moving Through Them*, lembaga harus selalu memperbaiki tingkat loyalitasnya, sehingga konsumen dapat dibentuk makin lama semakin loyal dari awal sampai akhir, setahap demi setahap.
4. *Serve First, sell Second*, utamakan layanan, penjualan belakangan, karena penjualan adalah sebagai hasil dari layanan yang baik.
5. *Aggresively See and Costumer Complaint*, cari dan teliti secara aktif, apa sebenarnya yang dibutuhkan oleh pelanggan. Jaringan informasi yang harus dipasang seluas mungkin dan dengarkan laporan mereka.
6. *Get Responsive, And Stay That Way*, harus Responsif dan pertahankan sikap seperti itu.
7. *Know Your Costumer's Definition of Value*, Pahami dan cari nilai-nilai apa yang diharapkan konsumen.
8. *Win back Lost Costumer's*, dekati dan wawancara konsumen lari mengapa mereka berpindah, sehingga mereka dapat ditarik kembali.
9. *Use Multiple Chanel to Serve The Same Costumer's Well*, konsumen biasanya memperoleh berbagai layanan dari berbagai personil. Konsumen harus memperoleh layanan yang sama, artinya tidak ada layanan yang berbeda secara mencolok, apalagi layanan informasi yang berlawanan dari para pegawai, karena mungkin karyawan tidak mengetahui informasi yang seharusnya disampaikan.
10. *Give Your Front line The Skills To Perform*, karyawan yang berdiri digaris depan yang melayani konsumen harus tampil secara terampil, profesional terutama dalam menjawab segala pertanyaan, permasalahan yang diajukan baik via telepon, pos, fax, e-mail, dan lain-lain.
11. *Colaborate With Your Channel Partners*, gunakan channels yang bisa dimanfaatkan oleh lembaga, terutama lembaga pemerintahan atau non pemerintahan, yang berhubungan dengan lembaga.
12. *Store Your Data In One Centralized database*, ini perlu dilakukan agar memudahkan akses informasi, apa yang dikehendaki, serta analisis apa yang hendak dilakukan oleh manajemen.

2.6.8 Pembentuk dan Keuntungan Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan konsep yang diyakini akan memberikan keuntungan-keuntungan bagi perusahaan. Adapun proses konsumen menjadi pelanggan yang loyal menurut **Griffin (2000)** adalah :

- a. *Prospect*, merupakan calon pembeli produk.
- b. *First time buyer* adalah pembeli yang baru membeli produk kita
- c. *Repeat customer* adalah pelanggan yang melakukan berulang terhadap produk.
- d. *Loyal customer* adalah pelanggan yang lebih dari melakukan pembelian ulang, melainkan mempunyai sikap positif, dan imun terhadap tawaran produk lain.

Masih menurut **Griffin (2000)**, ada empat faktor yang akan mempengaruhi terciptanya pelanggan yang loyal. Faktor-faktor itu adalah :

1. Produk yang jauh berbeda dengan produk pesaing
2. Produk dengan pelayanan yang tinggi
3. Produk yang bermacam-macam untuk konsumen yang sama
4. Produk yang harga bukan merupakan faktor pembelian

Dalam **Suhartanto (2000)**, faktor-faktor pembentuk loyalitas adalah :

a. *Switching Barrier*

Switching barrier/rintangan untuk pindah ke perusahaan lain/kompetitor, baik karena alasan ekonomis, psikologis, ataupun teknologi merupakan faktor penyebab kesetiaan pelanggan. *Switching barrier* ini timbul karena pengorbanan-pengorbanan yang timbul akibat berpindah perusahaan. Pengorbanan- pengorbanan itu bisa berupa waktu, biaya, usaha yang harus dikeluarkan.

b. *Interpersonal bonds*

Faktor *interpersonal bonds* (hubungan pribadi) lebih dominan di jasa dari pada barang yang *tangible*. Pada sektor jasa lebih menonjol, karena jasa mempunyai karakteristik *intangibility*, *inseparability*, dan *heterogeneity*. Walaupun begitu, *interpersonal bonds* tetap menjadi faktor yang akan membangun loyalitas. Hubungan pribadi disini bisa berupa familiaritas, persahabatan, *hospitality*, dan saling percaya antara karyawan dan pelanggan.

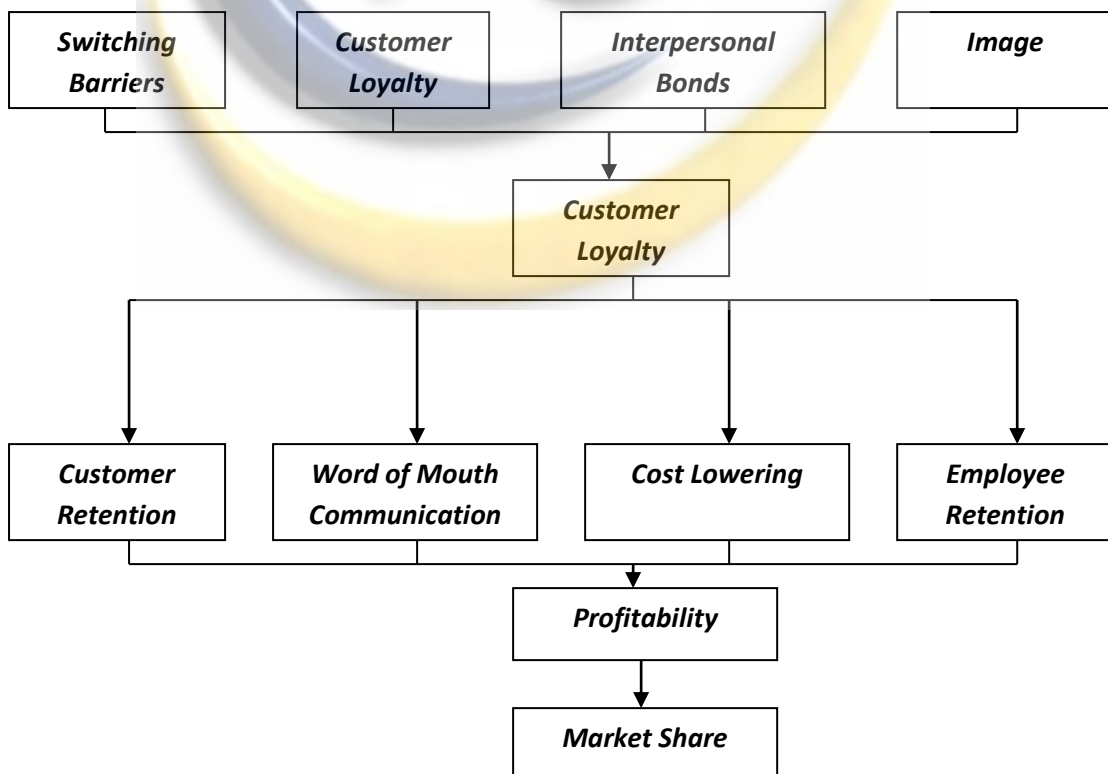
c. *Customer satisfaction*

Kepuasan pelanggan atau *customer satisfaction* adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap barang atau jasa yang telah ia konsumsi. Kepuasan adalah perbandingan antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diprediksikan sebelumnya. Jika yang dirasakan lebih daripada yang diprediksikan, maka konsumen puas dan begitu sebaliknya. Kepuasan konsumen ini pun merupakan faktor pembentuk kesetiaan pelanggan.

d. *Image*

Image atau citra merupakan persepsi yang ada pada ingatan seseorang terhadap suatu fenomena. Citra merupakan manifestasi dari pengalaman dan harapan, sehingga ia mampu mempengaruhi persepsi konsumen akan suatu barang atau jasa. Pada studi di industri jasa, *image* merupakan salah satu pembentuk kesetiaan pelanggan. Rinciannya dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Gambar 2.4
Pembentuk dan Keuntungan Loyalitas



Masih menurut **Suhartanto (2000)**, loyalitas memberikan keuntungan-keuntungan sebagai berikut :

a. *Customer retention*

Pelanggan akan tetap membeli dan menggunakan produk, sehingga terjadi *repeat buying*.

b. *Word of Mouth Communication*

Pelanggan yang loyal akan menceritakan pengalamannya dan merekomendasikan produk yang dipakainya.

c. *Cost Lowering*

Perusahaan akan mengurangi biaya promosi, karena pelanggan telah melakukan *repeat buying*.

d. *Employee retention*

Loyalitas pelanggan pun akan mengurangi *turn over* karyawan. Karyawan akan nyaman bekerja di perusahaan.

Dari empat keuntungan loyalitas pelanggan, perusahaan akan memperoleh keuntungan yang besar dan memperbesar *market share* dan *mind share* produknya.

Banyak pakar lain yang mengemukakan keuntungan yang diperoleh dari pelanggan yang loyal. Loyalitas dapat mengurangi biaya-biaya operasional dan pemasaran (**Bowen dan Chen, 2001 dalam Setiawan dan Kodariah, 2004**). Menurut **Reicheld (Kompas, 2004)**, loyalitas akan menjadi keuntungan kompetitif, profit, dan kelangsungan perusahaan jangka panjang.

Dengan begitu banyak keuntungan yang akan didapat dari pelanggan yang loyal, tentu suatu yang penting untuk membuat pelanggannya menjadi loyal. Sebelum membuat pelanggan loyal, perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu faktor-faktor yang membuat konsumen menjadi pelanggan yang loyal terhadap produk dan perusahaannya. Sampai saat ini belum ada kesepakatan tentang konsep loyalitas yang pasti.

2.7 Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen

Konsumen yang menjadi puas dan loyal terhadap suatu barang dan jasa tertentu disebabkan oleh kualitas jasa yang baik dan memuaskan. Jika kualitas jasa yang diberikan baik dan memuaskan serta dapat memberikan keuntungan yang maksimal bagi konsumennya maka konsumen pun akan merasa loyal dan memberikan sikap positif kepada produsen (penyedia jasa) tersebut secara konsisten.

Kualitas jasa menurut **Wykof** yang dikutip oleh **Fandy Tjiptono (2006:59)**, yaitu :

“Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Dengan terciptanya kepuasan pelanggan maka akan memberikan banyak manfaat bagi kedua belah pihak antara lain membina hubungan yang harmonis antara konsumen dengan perusahaan, memberikan dasar pembelian ulang dan terciptanya konsumen yang loyal, serta membentuk komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Apabila kualitas jasa yang diterima oleh konsumen lebih baik atau sama dengan yang konsumen bayangkan, maka konsumen cenderung akan puas dan mencobanya lagi.

Pengertian kepuasan menurut **Kotler dkk, 2007 : 177** yaitu :

“Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”.

Pengertian Loyalitas menurut **Oliver** yang dikutip oleh **Ratih Hurriyati (2010:127)** sebagai berikut:

“Komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.”

Dalam hal ini, para konsumen akan melakukan konsumsi atau aktivitas yang sama dengan sebelumnya atau akan melakukan pemakaian jasa yang lebih besar lagi sehingga hubungan dengan konsumen yang bertahan lama untuk jangka panjang akan tercapai. Selain itu juga para konsumen akan cenderung menolak terhadap produk atau jasa rumah sakit dari para pesaing, serta memberikan referensi mengenai produk perusahaan kepada orang lain.

Adanya keterkaitan antara kualitas jasa terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen diungkapkan oleh **Zethaml** yang dikutip oleh **Ponirin (2005;30)** bahwa :

“Kepuasan dan loyalitas konsumen tergantung kepada tingkat dari kualitas jasa yang diberikan kepada konsumen dan mereka meyakini bahwa ada hubungan yang positif antara kualitas jasa konsumen dengan loyalitas konsumen”.

Dari definisi di atas terlihat jelas akan adanya hubungan yang positif antara kualitas jasa dengan kepuasan dan loyalitas konsumen. Dimana dengan peningkatan kualitas jasa yang dilakukan secara berkelanjutan oleh pihak perusahaan maka akan menimbulkan kepuasan dan loyalitas dari para konsumennya terhadap perusahaan dan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka ikatan seperti ini dapat membuat perusahaan untuk lebih memahami lebih seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka.

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah Singkat Rumah Sakit Otorita Batam

Rumah Sakit Badan Pengusahaan (RSBP) adalah Rumah Sakit pertama di Pulau Batam, Kepulauan Riau. Pada awalnya, Rumah Sakit yang didirikan pada tahun 1971 ini merupakan poliklinik khusus yang dikelola oleh PT. Pertamina untuk karyawan Badan Pengusahaan Batam yang saat itu masih bernama Otorita Batam.

Seiring dengan berjalannya waktu dan berkembangnya pelayanan, kini RSBP semakin diperluas pelayanannya untuk kepentingan masyarakat umum dan karyawan BP serta perusahaan-perusahaan industri yang ada di Pulau Batam. Pada tahun 1983, RSBP berkembang menjadi rumah sakit tipe C, dan sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat ditingkatkan menjadi tipe C +, pada tahun 1990, dan sekarang ini RSBP telah ditingkatkan menjadi Rumah Sakit Tipe B Non Pendidikan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor: 437/MENKES/SK/V/2002, dan telah mendapat Ijin Penyelenggaraan Sosial melalui Keputusan Menteri Kesehatan dan Kesejahteraan Sosial RI Nomor: YM.02.04.2.2.098 tertanggal 22 Juni 2002, terakreditasi penuh tingkat dasar Nomor: YM.00.03.2.2.0302 tertanggal 29 November 2003.

RSBP berkedudukan di Sekupang - Pulau Batam dipimpin oleh seorang Direktur yang bertanggung jawab secara administratif kepada Ketua Otorita Batam Cq. Deputi Operasi, dan secara teknis medis dibina oleh Departemen Kesehatan RI. Saat ini RSBP merupakan Rumah Sakit Rujukan untuk daerah Batam dan provinsi Kepulauan Riau.

Provinsi Kepulauan Riau terbentuk berdasarkan Undang-undang Nomor 25 tahun 2002 merupakan Provinsi ke-32 di Indonesia yang mencakup Kota Tanjungpinang, Kota Batam, Kabupaten Bintan, Kabupaten Karimun, Kabupaten Natuna, dan Kabupaten Lingga dengan ibukota yang berkedudukan di Tanjung Pinang.

3.1.2 Struktur Organisasi

Untuk menjalankan dan melaksanakan kegiatan pelayanan kesehatan yang sempurna dan baik maka dibutuhkan struktur organisasi yang juga disusun dengan orang-orang yang *bonafit* di dalamnya. (tabel struktur organisasi di Lampiran)

Direktur mempunyai tugas memimpin, menyusun kebijakan pelaksanaan, membina pelaksanaan, mengkoordinasikan dan mengawasi pelaksanaan tugas-tugas RSUD sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Sub Bagian Kesekretariatan dan Rekam Medis mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas RSUD di bidang Kesekretariatan dan Rekam Medis. Untuk melaksanakan tugasnya sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Sub Bagian Kesekretariatan dan Rekam Medis mempunyai fungsi :

- a. Menyelenggarakan ketatausahaan Rumah Sakit;
- b. Kepegawaian;
- c. Kerumahtanggaan;
- d. Perlengkapan;
- e. Rekam Medis;
- f. Pemasaran Sosial;
- g. Publikasi dan Informasi;
- h. Hukum dan Perpustakaan;
- i. Melaksanakan tugas lain yang diberikan Direktur sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Sub Bagian Keuangan dan Program mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas RSUD di bidang administrasi keuangan dan program. Untuk melaksanakan tugasnya sebagaimana dimaksud ayat (1) Sub Bagian Keuangan dan Program mempunyai fungsi :

- a. Melaksanakan koordinasi dengan instansi terkait dalam melaksanakan penyusunan anggaran, kegiatan perbendaharaan, verifikasi, akuntansi, mobilisasi dana dan penyusunan program;
- b. Melaksanakan Koordinasi dengan instansi terkait dalam hal perencanaan, pelaksanaan, pengendalian program kerja rutin dan pembangunan di bidang keuangan dan program;

c. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Direktur sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Seksi Pelayanan mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas RSUD di bidang pelayanan. Untuk melaksanakan tugasnya sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Seksi Pelayanan mempunyai fungsi :

- a. Mengkoordinasikan semua kebutuhan pelayanan medis dan penunjang medis;
- b. Melakukan pemantauan, pengawasan, penggunaan fasilitas kegiatan pelayanan medis dan penunjang medis;
- c. Melakukan pengawasan dan pengembangan serta pengendalian dalam hal penerimaan dan pemulangan pasien;
- d. Melaksanakan tugas lain yang diberikan Direktur sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Sub Seksi Pelayanan Medis mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Seksi Pelayanan di bidang pelayanan medis. Untuk melaksanakan tugasnya sebagaimana dimaksud ayat (1), Sub Seksi Pelayanan Medis mempunyai fungsi :

- a. Mempersiapkan seluruh kebutuhan pelayanan medis;
- b. Melaksanakan pendidikan dan pelatihan;
- c. Mengendalikan penerimaan dan pemulangan pasien dan rujukan;
- d. Mengolah data dan informasi;
- e. Menginventarisasi permasalahan serta melaksanakan pemecahannya;
- f. Menyusun program kerja dan anggaran;
- g. Mengevaluasi dan menyusun laporan pelaksanaan tugas Sub Seksi Pelayanan Medis;
- h. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Seksi Pelayanan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Sub Seksi Penunjang Medis mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Seksi Pelayanan di bidang penunjang medis. Untuk melaksanakan tugasnya sebagaimana dimaksud ayat (1), Sub Seksi Penunjang Medis mempunyai fungsi :

- a. Menyiapkan seluruh kebutuhan pelayanan penunjang medis;
- b. Memantau dan mengawasi fasilitas pelayanan medis;
- c. Pengurusan jenazah serta mengumpulkan, mengolah data dan informasi;

- d. Menginventarisasi permasalahan serta melaksanakan pemecahannya;
- e. Menyusun program kerja dan anggaran Sub Seksi Penunjang Medis;
- f. Mengevaluasi dan menyusun laporan Sub Seksi Penunjang Medis;
- g. Melaksanakan tugas lain sesuai bidangnya yang diberikan oleh Kepala Seksi Pelayanan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Sub Seksi Keperawatan mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Seksi Pelayanan di bidang keperawatan. Untuk melaksanakan tugasnya sebagaimana dimaksud ayat (1), Sub Seksi Keperawatan mempunyai fungsi :

- a. Menyiapkan tenaga pelayanan keperawatan dan pengembangan tenaga perawat;
- b. Melakukan asuhan keperawatan;
- c. Mengendalikan etika keperawatan dan mutu tindakan keperawatan;
- d. Menyiapkan logistik keperawatan;
- e. Menyusun program kerja dan anggaran Sub Seksi Keperawatan;
- f. Mengevaluasi dan menyusun laporan pelaksanaan tugas Sub Seksi Keperawatan;
- g. Melaksanakan tugas lain sesuai bidangnya yang diberikan oleh Kepala Seksi Pelayanan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Instalasi merupakan fasilitas penyelenggaraan pelayanan medis, pelayanan penunjang medis, kegiatan penelitian, pengembangan, pendidikan, pelatihan dan pemeliharaan sarana rumah sakit. Instalasi Rawat Jalan mempunyai tugas menyelenggarakan pelayanan kesehatan dengan melakukan promosi kesehatan melalui penyuluhan, melaksanakan perlindungan khusus melalui imunisasi dan keluarga berencana, menegakkan diagnosa dini, pengobatan segera dan penatalaksanaan terapi yang kuat serta melaksanakan pelayanan rujukan.

- a. Instalasi Rawat Inap mempunyai tugas menyelenggarakan pelayanan perawatan medis dan perawatan untuk penyembuhan, persiapan operasi dan setelah operasi, pelayanan bayi sehat dan sakit serta ibu sesudah melahirkan.
- b. Instalasi Gawat Darurat mempunyai tugas menyelenggarakan pelayanan kesehatan pada kasus-kasus yang bersifat kegawatdaruratan medis.
- c. Instalasi Kamar Bedah mempunyai tugas menyelenggarakan pelayanan operasi dan anestesi (pembiusan) pada kasus-kasus emergency atau segera

untuk dilakukan penanganan melalui tindakan operasi serta menyelenggarakan sterilisasi alat kesehatan dan bahan yang akan digunakan untuk operasi.

- d. Instalasi Farmasi mempunyai tugas menyelenggarakan kegiatan farmasi diruang apotik, melaksanakan penerimaan, pencatatan, penyimpanan dan pendistribusian obat-obatan ke instalasi-instalasi terkait di lingkungan RSUD.
- e. Instalasi Pelayanan Penunjang Medis mempunyai tugas menyelenggarakan Pemeriksaan yang berkaitan dengan laboratorium dan radiologi.
- f. Instalasi Pelayanan Penunjang Non Medis mempunyai tugas menyelenggarakan pengelolaan dan pelayanan gizi serta penyelenggaraan pengelolaan linen bagi instalasi-instalasi terkait di lingkungan RSUD.
- g. Instalasi Pemeliharaan Sarana dan Prasarana mempunyai tugas mengelola sarana dan prasarana medis maupun non medis di lingkungan RSUD

Komite Medis mempunyai tugas membantu Direktur menyusun Standar pelayanan dan memantau pelaksanaannya, serta melaksanakan pembinaan etika profesi, mengatur kewenangan profesi sebagai staf medis fungsional serta mengembangkan program pelayanan, pendidikan dan pelatihan serta penelitian dan pengembangan.

Staf Medis Fungsional melaksanakan tugas profesional di bidang diagnosa, pengobatan, pencegahan akibat penyakit, peningkatan dan pemulihan kesehatan, penyuluhan kesehatan, pendidikan dan pelatihan serta penelitian dan pengembangan

3.1.3 Visi, Misi dan Motto Rumah Sakit Otorita Batam

Untuk terselenggaranya sistem pelayanan kesehatan yang terarah, Badan Rumah Sakit Otorita Batam berpegang pada Visi, Misi dan Motto. Adapun Visi, Misi dan Motto nya sebagai berikut :

- **Visi :**

Rumah Sakit Otorita Batam menjadi etalase pelayanan kesehatan Indonesia yang berstandar Internasional untuk mewujudkan kawasan tujuan investasi terkemuka di tahun 2015.

- **Misi :**

1. Mewujudkan pelayanan kesehatan prima dan berstandar Internasional
2. Mewujudkan peningkatan SDM kesehatan yang profesional.
3. Mewujudkan Rumah Sakit Otorita Batam sebagai tempat riset dan penelitian untuk menopang pelayanan kesehatan masyarakat di kawasan tujuan investasi terkemuka.

- **Motto**

Kesembuhan Anda Keutamaan Kami

3.1.4 Kegiatan Pelayanan Rumah Sakit Otorita Batam

1. Pelayanan Rawat Jalan

Jenis pelayanan rawat jalan di Rumah Sakit Otorita Batam terdiri dari :

- a. Poliklinik Spesialis Penyakit Dalam
- b. Poliklinik Spesialis Kandungan/Kebidanan
- c. Poliklinik Spesialis Anak
- d. Poliklinik Spesialis Bedah
- e. Poliklinik Spesialis Bedah Digestif
- f. Poliklinik Spesialis Bedah Orthopedi
- g. Poliklinik Spesialis Bedah Saraf
- h. Poliklinik Spesialis Saraf
- i. Poliklinik Spesialis Mata
- j. Poliklinik Spesialis THT
- k. Poliklinik Spesialis Rehabilitasi Medik/Fisioterapi
- l. Poliklinik Spesialis Jantung dan Pembuluh Darah
- m. Poliklinik Spesialis Paru
- n. Poliklinik Spesialis Urologi
- o. Poliklinik Spesialis Kulit Kelamin

p. Poliklinik Spesialis Anestesi

q. Poliklinik Gigi

r. Poliklinik Umum

2. Pelayanan Rawat Inap

Pelayanan Rawat Inap di Rumah sakit Otorita Batam terdiri dari :

a. Ruang Perawatan Teratai

b. Ruang Perawatan Melati

c. Ruang Perawatan Anggrek

d. Ruang Perawatan Bayi/Flamboyan

e. Ruang perawatan Anak/Bougenville

f. Ruang Perawatan Kebidanan/Mawar

g. Ruang Perawatan ICU/CVCU

h. Ruang Perawatan HCU

3. Fasilitas Diagnostik/Penunjang Medik

a. Laboratorium

b. Emergency/IGD

c. Radiologi

d. CT SCAN

e. Instalasi Farmasi

f. Ambulance (4 buah)

g. Medical Check Up

h. Gizi

i. Laundry

j. Pengelolaan Limbah

k. Pemulasaran Jenazah

l. Kulkas Jenazah

m. Haemodialisa

3.2 Metodologi Penelitian

Menurut **Mudrajad Kuncoro (2003:3)** penelitian ilmiah merupakan usaha untuk mengungkapkan fenomena alami fisik secara sistematis, empirik dan rasional. Sistematis artinya proses yang digunakan melalui langkah-langkah tertentu yang bersifat logis. Empirik berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia dan rasional berarti kegiatan penelitian dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif melalui pendekatan survey. **Muhammad Nazir (2005:55)** mengungkapkan bahwa:

“Metode deskriptif adalah metode penelitian untuk membuat gambaran situasi atau kejadian, sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar belaka”

Menurut **Singgih Santoso, dkk (2002:101)**, mengungkapkan bahwa metode verifikatif sebagai berikut :

“Metode dalam penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis sesuai dengan tujuan peneliti yang ingin dicapai”.

Menurut **Sugiyono (2009 : 7)**, penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologi maupun psikologi.

Tujuan pendekatan survey adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat, serta karakter-karakter yang khas dari kasus ataupun status dari individu, yang kemudian dari sifat-sifat yang khas diatas akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut **Cooper & Schindler (2006 : 714)** “*Population is the elements about which we wish to make some inferences*” .Berdasarkan pernyataan tersebut maka dapat diartikan populasi adalah seluruh elemen yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap di Rumah sakit Otorita Batam. Jumlah populasi pada penelitian ini dihitung berpatokan pada jumlah pasien rawat inap di Rumah sakit Otorita Batam pada tahun 2008 sampai dengan 2011 seperti terlihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1
Data kunjungan Rawat Inap RSOB 2008-2011

TAHUN	RAWAT INAP
2008	12286
2009	11970
2010	8819
2011	7949
Total	41024

3.3.2 Sampel

Menurut **Cooper & Schindler (2006 : 717)** “ *sample is a group of cases, participants, events, or records consisting of portion of the target population, carefully selected to represent that population*” Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat diartikan sampel adalah elemen populasi yang merupakan subyek pengukuran dari unit penelitian yang memberikan kesimpulan tentang seluruh populasi. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode *non-probability sampling*, yaitu metode yang tidak didasarkan pada mekanisme yang random dalam pemilihan sampel penelitian. Alasan peneliti melakukan penarikan sampel karena jumlah pasien rawat inap yang sangat banyak, sehingga tidak mungkin untuk melakukan penelitian terhadap semua anggota populasi. Dengan ukuran populasi (N) = 41024, maka jumlah pasien rawat inap yang akan dijadikan responden dihitung menggunakan rumus Slovin (**Suliyanto, 2006:100**):

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

Dimana :

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan yang ditoleransi dalam pengambilan sampel

n = Jumlah sampel

Melalui rumus diatas dapat dihitung jumlah sampel minimum sebagai berikut:

$$n = \frac{41024}{1 + [41024 \times (0,1)^2]} = 99,75 \approx 100$$

Maka berdasarkan perhitungan di atas, jumlah responden penelitian ini dengan tingkat kesalahan sebesar 10% (tingkat kepercayaan 90 %) adalah 100 responden.

3.4 Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2008), variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Mengacu pada pengertian tersebut, maka dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang akan diteliti, yaitu :

1. Variabel X1 sebagai variabel bebas (*variabel independent*)
Yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya, dimana variabel ini adalah Kualitas Pelayanan.
2. Variabel X2 sebagai variabel bebas (*variabel independent*)
Yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya, dimana variabel ini adalah Kepuasan Konsumen/Pasien
3. Variabel Y sebagai variabel terikat (*variabel dependent*)
Yaitu variabel yang dipegaruhi oleh variabel independent, dimana variabel ini adalah Loyalitas Konsumen/Pasien

Dalam hal ini terdapat dua hubungan antara dua variabel, misalnya antara variabel Y dan X, maka jika variabel Y disebabkan oleh variabel X, maka variabel Y dinamakan variabel dependen dan variabel X dinamakan variabel bebas. Variabel bebas adalah antecedent dan variabel dependen adalah konsekuensi. Variabel yang tergantung atas variabel lain dinamakan variabel dependen (**Nazir 2003:124**). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independent atau variabel X yaitu kualitas jasa dan kepuasan konsumen, sedangkan variabel dependent atau variabel Y yaitu loyalitas konsumen. Berdasarkan variabel penelitian diatas maka operasional variabel dapat digambarkan dalam tabel 3.1 :

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Jasa (Variabel X1)	Kualitas Pelayanan atau Jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Fandy Tjiptono (2006;59)	Bukti fisik (<i>Tangible</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi 2. Kenyamanan ruangan 3. Kebersihan 4. Kelengkapan Peralatan 5. Fasilitas Parkir 	Ordinal
		Kehandalan (<i>Reliability</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan karyawan dalam menginformasikan mengenai fasilitas dengan jelas 2. Kerapihan penampilan karyawan 3. Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan 4. Kecepatan mengatasi masalah yang dikeluhkan konsumen 	Ordinal
		Empati (<i>Emphaty</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemberian informasi jika ada pelayanan baru 2. Pelayanan yang ramah dan selalu tanggap terhadap pelanggan 3. Pengenalan nama kepada pelanggan 	Ordinal

		<p>Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan dalam menerima aduan yang dikeluhkan pelanggan 2. Pelayanan yang cepat dan akurat 3. Kemudahan dalam pemesanan reservasi 	Ordinal
		<p>Jaminan (<i>Assurance</i>)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesanan sesuai dengan yang diberikan 2. Pengatahuan karyawan 3. Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan 4. Keamanan fasilitas pelayanan 	Ordinal
<p>Kepuasan Konsumen (Variabel X2)</p>	<p>Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kotler-Keller (2007:177)</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Puas dengan keputusan berobat 2. Kualitas jasa yang lebih baik dari yang diharapkan 3. Pilihan berobat ke Rumah Sakit adalah pilihan yang bijaksana 4. Mencapai tujuan yang diinginkan dengan berobat di Rumah Sakit 5. Puas berobat ke Rumah Sakit 6. Pilihan berobat ke Rumah Sakit merupakan pilihan terbaik 	Ordinal
<p>Loyalitas Konsumen (Variabel Y)</p>	<p>Loyalitas adalah situasi dimana konsumen bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten. Fandy Tjiptono (2008;23)</p>		<p>Pelanggan yang loyal itu sendiri :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Setia kepada produk perusahaan atau rumah sakit itu. 2. Tidak terpengaruh dari produk perusahaan lain. 3. Melakukan pembelian ulang secara <i>continue</i>. 4. Adanya <i>word of mouth</i> kepada pihak lain. 	Ordinal

3.5 Sumber Data

Data yang diminta untuk menjawab rumusan masalah yang pertama, jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data Primer, menurut **Kuncoro (2003:136)** adalah data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil kuesioner mengenai kualitas jasa,kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen Rumah Sakit Otorita Batam. Data Sekunder, menurut **Kuncoro (2003:136)** adalah data yang dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder ini diperoleh dari bagian promosi dan rekam medik perusahaan, mempelajari dokumen-dokumen terkait, laporan penelitian, publikasi dan literatur lain yang mendukung penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu usaha untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian. Hal ini sangat penting karena pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan data yang tersedia.

Sesuai dengan metode penelitian yang digunakan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian secara langsung ke tempat penelitian dengan maksud memperoleh data primer. Data primer ini diperoleh dengan cara :

a. Wawancara

Suatu teknik pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pejabat perusahaan yang berwenang atau bagian yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti. Wawancara dilakukan dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya sehingga tidak menyimpang dari topik yang dibahas.

b. Kuesioner

Daftar pertanyaan mengenai gambaran umum dari responden, serta satu set pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan setiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis,guna mendapatkan data-data primer,dianalisis dan ditarik kesimpulan.

2. Penelitian Kepusatakaan

Penelitian ini dimaksudkan sebagai cara untuk mendapatkan landasan teori yang dapat dijadikan pedoman dalam membandingkan antara teori yang didapat dengan praktek, yaitu dilakukan dengan cara:

- a. Membaca literatur yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.
- b. Membaca buku-buku, catatan-catatan kuliah serta tulisan lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3.7 Pengujian Intrumen

3.7.1 Uji Validitas

Pengujian validitas menurut Simamora (2004:172), yaitu :

“Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen, dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur, dengan kata lain mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti”.

Semua item kuesioner yang digunakan mengukur kualitas jasa, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen akan diuji validitasnya.

Masrun dalam buku Sugiyono (2004:124) menyatakan “Teknik korelasi untuk menentukan validitas item ini sampai sekarang merupakan teknik yang paling banyak digunakan”. Selanjutnya, dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi, Masrun menyatakan “Item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r = 0,3$

Semua item kuesioner yang digunakan mengukur dimensi kualitas jasa layanan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, akan diuji validitasnya dengan menggunakan rumus korelasi yaitu sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Dimana :

- r : Indeks validitas
- x : Skor masing-masing pertanyaan
- y : Skor total dikurangi skor total tersebut
- n : Banyaknya sampel
- ΣX : Jumlah skor dalam variabel X
- ΣY : Jumlah skor dalam variabel Y
- ΣX^2 : Jumlah kuadrat masing-masing variabel X
- ΣY^2 : Jumlah kuadrat masing-masing variabel Y

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dengan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Pengujian validitas dengan menggunakan program *SPSS 16.0* dengan kriteria sebagai berikut:

Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{table}}$, maka pernyataan dikatakan valid

Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Dalam pengujian realibilitas menggunakan *SPSS 16.0*, langkah yang dapat ditempuh yaitu sama dengan langkah pengujian validitas. Karena output keduanya muncul bersamaan.

Pengertian reliabilitas menurut **Simamora (2004:177)** reliabilitas adalah tingkat kehandalan kuesioner. Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila diuji cobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Husein Umar (2003;96) “Mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 0-1, tetapi merupakan rentangan antara beberapa nilai, misalnya 0-10 atau 0-100 atau bentuk skala 1-3, 1-5 atau 1-7 dan seterusnya dapat menggunakan rumus alpha. Rumus tersebut ditulis sebagai berikut :

1. Rumus koefisien Alpha Cronbach

$$r_1 = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum Si^2}{Si^2} \right\}$$

Sumber : Sugiyono, 2004 ; 282

Keterangan :

K : Jumlah item pertanyaan

$\sum Si^2$: Mean kuadrat kesalahan

Si^2 : Varians total

Sedangkan rumus variansnya adalah sebagai berikut :

2. Rumus Varians

$$Si^2 = \frac{\sum Xt^2}{n} - \frac{(\sum Xt)^2}{n^2}$$

Sumber : Sugiyono, 2004 ; 283

Uji reliabilitas yang dipakai dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach dengan ketentuan :

- Jika Alpha \geq dari 0,6 maka dapat dikatakan reliabel
- Jika Alpha < dari 0,6 maka dapat dikatakan tidak reliabel

3.8 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis masalah pertama, kedua, ketiga, dan keempat digunakan statistik deskriptif guna memperoleh gambaran tanggapan pelanggan mengenai Kualitas Jasa yaitu Bukti langsung (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Kepastian (*Assurance*), Empati (*Empahty*), berada dalam kategori: sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, rendah, dan sangat rendah maka akan dibuat kriteria

pengklasifikasian yang mengacu pada ketentuan yang dikemukakan oleh **Suharsimi Arikunto (1993 : 354-356)** yang rentang skornya dari Bukti langsung (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Kepastian (*Assurance*), Empati (*Empahty*), tersebut dicari dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rentang skor} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Jumlah klasifikasi}}$$

Keterangan :

Skor tertinggi = Jumlah responden x bobot tertinggi x jumlah item.

Skor terendah = Jumlah responden x bobot terendah x jumlah item.

3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai indikator. Analisis ini digunakan dengan melibatkan dua atau lebih variabel bebas antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X_1 dan X_2). Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Y = variabel tak bebas (Loyalitas)

a = bilangan konstanta

b_1, b_2 = koefisien arah garis

X_1 = variabel bebas (kualitas jasa)

X_2 = variabel bebas (kepuasan konsumen).

Regresi linier berganda dengan dua variabel bebas X_1 dan X_2 diestimasi menggunakan metode kuadrat kecil, dimana koefisien-koefisien a, b_1 , dan b_2 dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \sum y &= na + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2 \\ \sum X_1 y &= a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2 \\ \sum X_2 y &= a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2 \end{aligned}$$

(sumber: Sugiyono, 2009 : 279)

3.8.3 Koefisien Korelasi Berganda

Analisis koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengukur kuat tidaknya hubungan linier antara beberapa variabel bebas (X) dengan satu variabel terikat (Y). Koefisien korelasi berganda antara variabel X₁ dan X₂ dengan variabel Y dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R_{Y.X_1X_2} = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y}{\sum Y^2}$$

Sumber: Sugiyono (2009;286)

- Dimana :
- X_i = Variabel independen
 - Y = Variabel dependen

Tabel 3.3

Intreprestasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,6 – 0,799	Kuat
0,8 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber : Riduwan, Dasar-dasar statistika (2003: 228)

3.8.4 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas jasa (X1) dan kepuasan konsumen (X2) terhadap loyalitas (Y), adapun rumusnya yaitu :

$$Kd = r^2$$

Keterangan :

Kd : Koefisien determinasi

r^2 : Hasil analisis korelasi yang dikuadratkan

3.8.5 Uji Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari ketiga variabel. Hipotesis Nol (H_0) pada umumnya diformulasikan untuk ditolak, maka hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima. Hipotesis alternatif ini merupakan hipotesis penelitian, yaitu prediksi yang diturunkan dari teori yang sedang diuji. Adapun penetapan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H_0 : $\beta_i = 0$

Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas jasa dan kepuasan pelanggan secara parsial dan simultan terhadap loyalitas pelanggan

2. H_a : $\beta_i \neq 0$

Terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas jasa dan kepuasan konsumen secara parsial dan simultan terhadap loyalitas pelanggan

Jika H_0 ditolak, maka H_a yang diterima dan ini berarti terdapat pengaruh kualitas jasa dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan.

3. Menentukan taraf signifikan

Untuk masalah ini, penulis mengambil interval keyakinan sebesar 95% sehingga tingkat kesalahan α sebesar 5% (0,05) dan derajat kebebasan (df)

$$df = n - k + 1$$

4. Menentukan Uji t

Sedangkan untuk menguji apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variable X1 dan variabel X2 dengan variable Y, maka digunakan statistic uji t. Uji statistic yaitu dengan menggunakan rumus statistic t. Nilai r, yang telah diperoleh, disubsitusikan ke dalam rumus t, sebagai berikut:

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

Dengan ketentuan :

t hitung \geq t table maka Ho ditolak dan Ha diterima, terdapat hubungan antara variable X1 dan variabel X2 dengan variable Y

t hitung \leq t table maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak terdapat hubungan anantara variable X1 dan variabel X2 dengan variable Y

5. Statistkik Uji F

Uji F yaitu pengujian koefisien apakah variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Uji F ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 (N-m-1)}{m (1-R^2)} \text{ dengan } df = N - m - 1$$

- Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti Ho ditolak, dengan demikian Ha diterima
- Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti Ho diterima, dengan demikian Ha ditolak
- Ho : b = 0 berarti kualitas jasa dan kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
- Ha : b \neq 0 berarti kualitas jasa dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Responden

Untuk mengetahui besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam, maka dilakukan penelitian dengan menyebarkan angket atau kuesioner kepada 100 responden. Jumlah kuesioner yang terkumpul kembali sebanyak 100 eksemplar. Setelah dilakukan verifikasi, dari 100 kuesioner yang terkumpul ternyata semua item pertanyaan-pertanyaan diisi dengan lengkap. Dengan demikian kuesioner yang berjumlah 100 eksemplar tersebut seluruhnya dapat diolah. Berikut ini adalah tabel-tabel yang disusun untuk memberikan gambaran umum mengenai komposisi responden.

Tabel 4.1

Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	N	%
Pria	54	54
Wanita	46	46
Jumlah	100	100

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, diketahui responden pria lebih banyak dari pada responden wanita, yaitu pria sebanyak 54 orang (54 %) sedangkan wanita sebanyak 46 orang (46 %). Ini menunjukkan bahwa yang menggunakan jasa rawat inap didominasi oleh pria.

Tabel 4.2
Kategori Responden Berdasarkan Usia

Usia	N	%
18 – 28 tahun	30	30
29 – 39 tahun	36	36
40 – 49 tahun	20	20
Lebih dari 50 tahun	14	14
Jumlah	100	100

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat dilihat dari ke-100 responden yang terdiri dari 30 orang (30 %) berusia antara 18 tahun – 28 tahun, 36 orang (36%) berusia antara 29 – 39 tahun, 20 orang (20%) yang berusia antara 40 – 49 tahun dan 14 orang (14 %) berusia lebih dari 50 tahun

Tabel 4.3
Kategori Responden Berdasarkan Pekerjaan

Lama Bekerja	N	%
Mahasiswa	11	11
PNS	25	25
Pegawai Swasta	26	26
Wiraswasta	18	18
Lainnya	20	20
Jumlah	100	100

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui kategori responden berdasarkan pekerjaan, yaitu sebanyak 11 orang (11 %) adalah Mahasiswa, sebanyak 25 orang (25 %) adalah PNS, sebanyak 26 orang (26%) pegawai swasta, sebanyak 18 orang (18%) wiraswasta dan sebanyak 20 orang (20%) lainnya.

Tabel 4.4
Kategori Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	N	%
SMP	9	9
SMU	42	42
Diploma	19	19
Sarjana S1/S2/S3	31	31
Jumlah	100	100

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui kategori responden berdasarkan pendidikan, yaitu sebanyak 9 orang (9%) adalah SMP, sebanyak 42 orang (42%) adalah SMU, sebanyak 19 orang (19%) Diploma, dan sebanyak 31 orang (31%) Sarjana S1/S2/S3.

Tabel 4.5
Kategori Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	N	%
1.000.000 – 2.000.000	33	33
2.000.000 – 3.000.000	25	25
3.000.000 – 4.000.000	18	18
4.000.000 – 5.000.000	16	16
> 5.000.000	8	8
Jumlah	100	100

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat diketahui kategori responden berdasarkan pendapatan, yaitu sebanyak 33 orang (33%) adalah berpendapatan 1.000.000 – 2.000.000. sebanyak 25 orang (25%) adalah berpendapatan 2.000.000 – 3.000.000. sebanyak 18 orang (18%) adalah berpendapatan 3.000.000 – 4.000.000. sebanyak 16 orang (16%) adalah berpendapatan 4.000.000 – 5.000.000. dan sebanyak 8 orang (8%) adalah berpendapatan > 5.000.000

4.2 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam

Pada bab ini akan diuraikan dan dijelaskan mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan diolah sesuai dengan tujuan penelitian yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam. Di dalam penelitian ini, penulis menyebarkan 100 kuesioner kepada para Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam.

Berikut merupakan tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan yang diberikan kepada Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam.

Tabel 4.6
Tanggapan responden mengenai Lokasi pada Rumah Sakit Otorita Batam (strategis, mudah ditemukan)

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	22	22	110
Setuju	63	63	252
Cukup setuju	14	14	42
Tidak setuju	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	406
Rata-rata			4.06

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa dari pernyataan mengenai Lokasi pada Rumah Sakit Otorita Batam (strategis, mudah ditemukan), yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 63 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 14 orang dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Lokasi pada Rumah Sakit Otorita Batam (strategis, mudah ditemukan), dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,06 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.7
Tanggapan responden mengenai Suasana Gedung, Kelengkapan Fasilitas Parkir dan Gedung Rumah sakit otorita Batam memadai, luas dan nyaman

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	19	19	95
Setuju	66	66	264
Cukup setuju	13	13	39
Tidak setuju	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	402
Rata-rata			4.02

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa pernyataan mengenai Suasana Gedung, Kelengkapan Fasilitas Parkir dan Gedung Rumah sakit otorita Batam memadai, luas dan nyaman, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 66 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 13 orang, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Suasana Gedung, Kelengkapan Fasilitas Parkir dan Gedung Rumah sakit otorita Batam memadai, luas dan nyaman, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,02 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.8
Tanggapan responden mengenai Keramahan, kesopanan, dan kerapuhan dokter, perawat dan karyawan Rumah sakit otorita Batam

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	18	18	90
Setuju	69	69	276
Cukup setuju	11	11	33
Tidak setuju	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	403
Rata-rata			4.03

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat diketahui bahwa dari pernyataan tentang Keramahan, kesopanan, dan kerapihan dokter, perawat dan karyawan Rumah sakit otorita Batam, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 69 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 11 orang, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Keramahan, kesopanan, dan kerapihan dokter, perawat dan karyawan Rumah sakit otorita Batam, dinyatakan cukup baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,03 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik

Tabel 4.9
Tanggapan responden mengenai Karyawan Rumah sakit otorita batam mampu dengan baik memberikan prosedur pelayanan

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	17	17	85
Setuju	64	64	256
Cukup setuju	18	18	54
Tidak setuju	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	397
Rata-rata			3.97

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, dapat diketahui bahwa dari pernyataan mengenai Karyawan Rumah sakit otorita batam mampu dengan baik memberikan prosedur pelayanan, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 17 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 64 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 18 orang dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Karyawan Rumah sakit otorita batam mampu dengan baik memberikan prosedur pelayanan dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 3,97 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.10
Tanggapan responden mengenai Mengenai pengetahuan karyawan Rumah sakit otorita batam sudah baik

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	22	22	110
Setuju	55	55	220
Cukup setuju	22	22	66
Tidak setuju	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	398
Rata-rata			3.98

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, dapat diketahui bahwa dari pernyataan Mengenai pengetahuan karyawan Rumah sakit otorita batam sudah baik, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 55 orang, dan yang menyatakan cukup setuju sebanyak 22 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Mengenai pengetahuan karyawan Rumah sakit otorita batam sudah baik dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 3,98 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.11
Tanggapan responden mengenai Karyawan Rumah sakit otorita batam cepat dalam melayani dan mengatasi masalah konsumen/pasien

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	21	21	105
Setuju	63	63	252
Cukup setuju	15	15	45
Tidak setuju	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	404
Rata-rata			4.04

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.11, dapat diketahui bahwa dari pernyataan mengenai Karyawan Rumah sakit otorita batam cepat dalam melayani dan mengatasi masalah konsumen/pasien, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 21 orang,

yang menyatakan setuju sebanyak 63 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 15 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Karyawan Rumah sakit otorita batam cepat dalam melayani dan mengatasi masalah konsumen/pasien, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,04 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.12
Tanggapan responden mengenai Karyawan Rumah sakit otorita batam mampu dalam memenuhi keinginan konsumen/pasien

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	10	10	50
Setuju	62	62	248
Cukup setuju	27	27	81
Tidak setuju	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	381
Rata-rata			3.81

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, dapat diketahui bahwa dari pernyataan mengenai Karyawan Rumah sakit otorita batam mampu dalam memenuhi keinginan konsumen/pasien, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 10 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 62 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 27 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Karyawan Rumah sakit otorita batam mampu dalam memenuhi keinginan konsumen/pasien, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 3,81 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.13
Tanggapan responden mengenai Rumah Sakit Otorita Batam menerima aduan yang dikeluhkan konsumen

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	21	21	105
Setuju	61	61	244
Cukup setuju	16	16	48
Tidak setuju	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	401
Rata-rata			4.01

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, dapat diketahui pernyataan Rumah Sakit Otorita Batam menerima aduan yang dikeluhkan konsumen, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 21 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 61 orang. Sedangkan yang menyatakan cukup setuju sebanyak 16 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Rumah Sakit Otorita Batam menerima aduan yang dikeluhkan konsumen, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,01 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.14
Tanggapan responden mengenai Karyawan Rumah Sakit Otorita Batam mampu memberikan solusi terhadap keluhan konsumen

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	20	20	100
Setuju	57	57	228
Cukup setuju	21	21	63
Tidak setuju	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	395
Rata-rata			3.95

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, dapat diketahui pernyataan mengenai Karyawan Rumah Sakit Otorita Batam mampu memberikan solusi terhadap keluhan konsumen, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang, yang

menyatakan setuju sebanyak 57 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 21 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Karyawan Rumah Sakit Otorita Batam mampu memberikan solusi terhadap keluhan konsumen, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 3,95 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.15
Tanggapan responden mengenai Informasi yang di berikan Rumah Sakit Otorita Batam mudah dimengerti

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	17	17	85
Setuju	66	66	264
Cukup setuju	16	16	48
Tidak setuju	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	399
Rata-rata			3.99

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, dapat diketahui bahwa dari pernyataan mengenai Informasi yang di berikan Rumah Sakit Otorita Batam mudah dimengerti, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 17 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 66 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 16 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Informasi yang di berikan Rumah Sakit Otorita Batam mudah dimengerti, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 3,99 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.16
Tanggapan responden mengenai Kualitas jasa yang di berikan sesuai dengan keinginan konsumen

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	23	23	115
Setuju	56	56	224
Cukup setuju	20	20	60
Tidak setuju	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	401
Rata-rata			4.01

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, dapat diketahui bahwa dari pernyataan mengenai Kualitas jasa yang di berikan sesuai dengan keinginan konsumen, yang me nyatakan sangat setuju sebanyak 23 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 56 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 20 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas jasa yang di berikan sesuai dengan keinginan konsumen, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,01 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.17

Tanggapan responden mengenai Rumah sakit otorita batam memberikan kenyamanan,tanggung jawab dan keamanan pada konsumen

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	21	21	105
Setuju	63	63	252
Cukup setuju	15	15	45
Tidak setuju	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	404
Rata-rata			4.04

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, dapat diketahui bahwa dari pernyataan mengenai Rumah sakit otorita batam memberikan kenyamanan,tanggung jawab dan keamanan pada konsumen, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 21

orang, yang menyatakan setuju sebanyak 63 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 15 orang sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Rumah sakit otorita batam memberikan kenyamanan,tanggung jawab dan keamanan pada konsumen, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,04 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik

Tabel 4.18
Tanggapan responden mengenai Karyawan Rumah sakit otorita batam mempunyai kemampuan yang baik dimata konsumen

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	19	19	95
Setuju	64	64	256
Cukup setuju	15	15	45
Tidak setuju	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	400
Rata-rata			4.00

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.18 di atas, dapat diketahui bahwa dari pernyataan mengenai Karyawan Rumah sakit otorita batam mempunyai kemampuan yang baik dimata konsumen, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 64 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 15 orang sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Karyawan Rumah sakit otorita batam mempunyai kemampuan yang baik dimata konsumen, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,00 karena berada pada interval 3,97 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.19
Tanggapan responden mengenai Pelayanan karyawan Rumah sakit otorita batam ramah pada konsumen

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	18	18	90
Setuju	68	68	272
Cukup setuju	12	12	36
Tidak setuju	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	402
Rata-rata			4.02

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.19 di atas, dapat diketahui bahwa dari pernyataan mengenai Pelayanan karyawan Rumah sakit otorita batam ramah pada konsumen, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 68 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 12 orang sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Pelayanan karyawan Rumah sakit otorita batam ramah pada konsumen, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,02 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.20
Tanggapan responden mengenai Karyawan Rumah sakit otorita batam sopan santun dalam berkomunikasi pada konsumen

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	16	16	80
Setuju	66	66	264
Cukup setuju	17	17	51
Tidak setuju	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	397
Rata-rata			3.97

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.20 di atas, dapat diketahui bahwa dari pernyataan mengenai Karyawan Rumah sakit otorita batam sopan santun dalam berkomunikasi pada konsumen, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 16

orang, yang menyatakan setuju sebanyak 66 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 17 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Karyawan Rumah sakit otorita batam sopan santun dalam berkomunikasi pada konsumen, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 3,97 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.21
Tanggapan responden mengenai Rumah sakit otorita batam fokus
memberikan pelayanan terhadap konsumen

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	23	23	115
Setuju	56	56	224
Cukup setuju	20	20	60
Tidak setuju	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	401
Rata-rata			4.01

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.21 di atas, dapat diketahui bahwa dari pernyataan mengenai Rumah sakit otorita batam fokus memberikan pelayanan terhadap konsumen, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 23 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 56 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 20 orang sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Rumah sakit otorita batam fokus memberikan pelayanan terhadap konsumen, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,01 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

(Responsiveness)									
8	Rumah Sakit Otorita Batam menerima aduan yang dikeluhkan konsumen	21	61	16	2	0	401	4.01	Baik
9	Karyawan Rumah Sakit Otorita Batam mampu memberikan solusi terhadap keluhan konsumen	20	57	21	2	0	395	3.95	Baik
10	Informasi yang di berikan Rumah Sakit Otorita Batam mudah dimengerti	17	66	16	1	0	399	3.99	Baik
Jaminan (Insurance)									
11	Kualitas jasa yang di berikan sesuai dengan keinginan konsumen	23	56	20	1	0	401	4.01	Baik
12	Rumah sakit otorita batam memberikan kenyamanan,tanggung jawab dan keamanan pada konsumen	21	63	15	1	0	404	4.04	Baik
13	Karyawan Rumah sakit otorita batam mempunyai kemampuan yang baik dimata konsumen	19	64	15	2	0	400	4.00	Baik
Empati (Emphaty)									
14	Pelayanan karyawan Rumah sakit otorita batam ramah pada konsumen	18	68	12	2	0	402	4.02	Baik
15	Karyawan Rumah sakit otorita batam sopan santun dalam berkomunikasi pada konsumen	16	66	17	1	0	397	3.97	Baik
16	Rumah sakit otorita batam fokus memberikan pelayanan terhadap konsumen	23	56	20	1	0	401	4.01	Baik
Jumlah								63,91	
Σ Rata-rata X								3.99	Baik

Sumber : Data primer yang telah diolah

Jadi, dilihat dari tabel 4.22, tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam dapat dikatakan baik, karena nilai rata-rata dari keseluruhan pernyataan adalah sebesar 3.99 berada pada interval 3.40 – 4.19. dimana nilai tertinggi dapat dilihat dari tanggapan responden mengenai “Lokasi pada Rumah Sakit Otorita Batam (strategis,mudah ditemukan)” yaitu sebesar 4.06 tetapi ada yang masih perlu diperhatikan mengenai “Karyawan Rumah sakit otorita batam mampu dengan baik memberikan prosedur pelayanan, pengetahuan karyawan Rumah sakit otorita batam sudah baik, Karyawan Rumah sakit otorita batam mampu dalam memenuhi keinginan konsumen/pasien dan Karyawan Rumah Sakit Otorita Batam mampu memberikan solusi terhadap keluhan konsumen” karena memiliki nilai dibawah rata-rata.

4.3 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam

Penulis selain memperoleh data dari hasil wawancara, juga memperoleh data dari penyebaran angket atau kuesioner kepada 100 orang responden pada Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam. Berikut ini tanggapan responden mengenai kepuasan Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam.

Tabel 4.23

Tanggapan responden mengenai Responden puas dengan keputusannya untuk berobat di rumah sakit otorita batam

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	22	22	110
Setuju	63	63	252
Cukup setuju	14	14	42
Tidak setuju	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	406
Rata-rata			4.06

Sumber : Data primer yang telah diolah

Untuk pernyataan Responden puas dengan keputusannya untuk berobat di rumah sakit otorita batam, sebanyak 22 responden menyatakan sangat setuju, 63 responden menyatakan setuju, 14 responden cukup setuju dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Responden puas dengan keputusannya untuk berobat di rumah sakit otorita batam, dinyatakan cukup baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,06 karena berada pada interval 3.40 – 4.19 yang artinya baik

Tabel 4.24
Tanggapan responden tentang Kualitas jasa yang responden dapatkan di rumah sakit otorita batam lebih dari yang responden harapkan

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	19	19	95
Setuju	66	66	264
Cukup setuju	13	13	39
Tidak setuju	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	402
Rata-rata			4.02

Sumber : Data primer yang telah diolah

Untuk pernyataan Kualitas jasa yang responden dapatkan di rumah sakit otorita batam lebih dari yang responden harapkan, sebanyak 19 responden menyatakan sangat setuju, 66 responden menyatakan setuju, 13 responden cukup setuju dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas jasa yang responden dapatkan di rumah sakit otorita batam lebih dari yang responden harapkan, dinyatakan cukup baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,02 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.25
Tanggapan responden tentang Pilihan responden untuk berobat dirumah sakit ini merupakan pilihan yang bijaksana

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	18	18	90
Setuju	69	69	276
Cukup setuju	11	11	33
Tidak setuju	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	403
Rata-rata			4.03

Sumber : Data primer yang telah diolah

Untuk pernyataan Pilihan responden untuk berobat dirumah sakit ini merupakan pilihan yang bijaksana, sebanyak 18 responden menyatakan sangat setuju, 69 responden menyatakan setuju, 11 responden cukup setuju dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Pilihan responden untuk berobat dirumah sakit ini merupakan pilihan yang bijaksana, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,03 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.26
Tanggapan responden tentang Responden mendapatkan apa yang responden inginkan berobat di rumah sakit ini

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	17	17	85
Setuju	66	66	264
Cukup setuju	16	16	48
Tidak setuju	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	399
Rata-rata			3.99

Sumber : Data primer yang telah diolah

Untuk pernyataan Responden mendapatkan apa yang responden inginkan berobat di rumah sakit ini, sebanyak 17 responden menyatakan sangat setuju, 66 responden menyatakan setuju, 16 responden cukup setuju, dan yang menyatakan

tidak setuju sebanyak 1 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Responden mendapatkan apa yang responden inginkan berobat di rumah sakit ini, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 3,99 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.27

Tanggapan responden tentang Berobat di rumah sakit otorita batam ini merupakan sesuatu hal yang sangat memuaskan

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	23	23	115
Setuju	56	56	224
Cukup setuju	20	20	60
Tidak setuju	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	401
Rata-rata			4.01

Sumber : Data primer yang telah diolah

Untuk pernyataan Berobat di rumah sakit otorita batam ini merupakan sesuatu hal yang sangat memuaskan, sebanyak 23 responden menyatakan sangat setuju, 56 responden menyatakan setuju, 20 responden cukup setuju, 1 responden tidak setuju. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Berobat di rumah sakit otorita batam ini merupakan sesuatu hal yang sangat memuaskan, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,01 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.28

Tanggapan responden mengenai Menurut saya pilihan berobat dirumah sakit otorita batam ini merupakan pilihan yang terbaik

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	25	25	125
Setuju	57	57	228
Cukup setuju	16	16	48
Tidak setuju	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	405
Rata-rata			4.05

Sumber : Data primer yang telah diolah

Untuk pernyataan Menurut saya pilihan berobat dirumah sakit otorita batam ini merupakan pilihan yang terbaik, sebanyak 25 responden menyatakan sangat setuju, 57 responden menyatakan setuju, 16 responden cukup setuju, 2 responden tidak setuju. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Menurut saya pilihan berobat dirumah sakit otorita batam ini merupakan pilihan yang terbaik, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,05 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.29
Analisa Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS	jml	Rata-rata	Keterangan
1	Saya puas dengan keputusan saya untuk berobat di rumah sakit otorita batam	22	63	14	1	0	406	4.06	Baik
2	Kualitas jasa yang saya dapatkan di rumah sakit otorita batam lebih dari yang saya harapkan	19	66	13	2	0	402	4.02	Baik
3	Pilihan saya untuk berobat dirumah sakit ini merupakan pilihan yang bijaksana	18	69	11	2	0	403	4.03	Baik
4	Saya mendapatkan apa yang saya inginkan berobat di rumah sakit ini	17	66	16	1	0	399	3.99	Baik
5	Berobat di rumah sakit otorita batam ini merupakan sesuatu hal yang sangat memuaskan	23	56	20	1	0	401	4.01	Baik
6	Menurut saya pilihan berobat dirumah sakit otorita batam ini merupakan pilihan yang terbaik	25	57	16	2	0	405	4.05	Baik
Jumlah								24,16	
Σ Rata-rata Y								4,03	Baik

Sumber : Data primer yang telah diolah

Jadi, dilihat dari tabel 4.29, tanggapan responden terhadap kepuasan Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam dapat dikatakan

baik, karena nilai rata-rata dari keseluruhan pertanyaan adalah sebesar 4,03 berada pada interval 3.40 - 4.19. Dimana nilai tertinggi dapat dilihat dari tanggapan responden mengenai “ Saya puas dengan keputusan saya untuk berobat di rumah sakit otorita batam”, dengan nilai sebesar 4,06 tetapi masih ada yang perlu diperhatikan mengenai pernyataan ” Kualitas jasa yang saya dapatkan di rumah sakit otorita batam lebih dari yang saya harapkan, Saya mendapatkan apa yang saya inginkan berobat di rumah sakit ini dan Berobat di rumah sakit otorita batam ini merupakan sesuatu hal yang sangat memuaskan” karena memiliki nilai dibawah rata-rata.

4.4 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam

Berikut merupakan tanggapan responden mengenai loyalitas pasien yang diberikan kepada Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam.

Tabel 4.30

Tanggapan responden mengenai Responden bersedia akan berobat dirumah sakit otorita batam lagi walaupun ada berbagai rumah sakit lainnya

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	24	24	120
Setuju	60	60	240
Cukup setuju	13	13	39
Tidak setuju	3	3	6
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	405
Rata-rata			4.05

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.30 dapat diketahui bahwa dari pernyataan mengenai Responden bersedia akan berobat dirumah sakit otorita batam lagi walaupun ada berbagai rumah sakit lainnya, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 24 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 60 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 13 orang dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Responden

bersedia akan berobat dirumah sakit otorita batam lagi walaupun ada berbagai rumah sakit lainnya, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,05 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.31
Tanggapan responden mengenai Selama rumah sakit otorita batam ini ada responden akan tetap menggunakan jasa rumah sakit ini

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	20	20	100
Setuju	62	62	248
Cukup setuju	16	16	48
Tidak setuju	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	400
Rata-rata			4.00

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.31 dapat diketahui bahwa pernyataan mengenai Selama rumah sakit otorita batam ini ada responden akan tetap menggunakan jasa rumah sakit ini, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 62 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 16 orang, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Selama rumah sakit otorita batam ini ada responden akan tetap menggunakan jasa rumah sakit ini, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,00 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik

Tabel 4.32
Tanggapan responden mengenai Responden akan berobat ke rumah sakit otorita batam bila responden membutuhkan pelayanan kesehatan

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	20	20	100
Setuju	67	67	268
Cukup setuju	10	10	30
Tidak setuju	3	3	6
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	404
Rata-rata			4.04

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.32 di atas, dapat diketahui bahwa dari pernyataan tentang Responden akan berobat ke rumah sakit otorita batam bila responden membutuhkan pelayanan kesehatan, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 67 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 10 orang, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Responden akan berobat ke rumah sakit otorita batam bila responden membutuhkan pelayanan kesehatan, dinyatakan cukup baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,04 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.33
Tanggapan responden mengenai Bila responden ingin berobat maka rumah sakit otorita batam ini merupakan pilihan pertama responden

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	20	20	100
Setuju	63	63	252
Cukup setuju	17	17	51
Tidak setuju	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	403
Rata-rata			4.03

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.33 di atas, dapat diketahui bahwa dari pernyataan mengenai Bila responden ingin berobat maka rumah sakit otorita batam ini merupakan pilihan pertama responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 63 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 17 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Bila responden ingin berobat maka rumah sakit otorita batam ini merupakan pilihan pertama responden dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,03 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.34

Tanggapan responden mengenai Bagi responden rumah sakit otorita batam ini merupakan tempat berobat yang terbaik

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	27	27	135
Setuju	51	51	204
Cukup setuju	20	20	60
Tidak setuju	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	403
Rata-rata			4.03

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.34 di atas, dapat diketahui bahwa dari pernyataan Bagi responden rumah sakit otorita batam ini merupakan tempat berobat yang terbaik, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 27 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 51 orang, dan yang menyatakan cukup setuju sebanyak 20 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Bagi responden rumah sakit otorita batam ini merupakan tempat berobat yang terbaik dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,03 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.35

Tanggapan responden mengenai Responden akan merekomendasikan rumah sakit otorita batam ini kepada teman dan keluarga responden

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	12	12	60
Setuju	57	57	228
Cukup setuju	28	28	84
Tidak setuju	3	3	6
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	378
Rata-rata			3.78

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.35, dapat diketahui bahwa dari pernyataan mengenai Responden akan merekomendasikan rumah sakit otorita batam ini kepada teman dan keluarga responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 12 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 57 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 28 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Responden akan merekomendasikan rumah sakit otorita batam ini kepada teman dan keluarga responden, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,04 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.36
Tanggapan responden mengenai Rumah sakit otorita batam merupakan rumah sakit favorit responden

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	18	18	90
Setuju	69	69	276
Cukup setuju	11	11	33
Tidak setuju	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	403
Rata-rata			4.03

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.36 di atas, dapat diketahui bahwa dari pernyataan mengenai Rumah sakit otorita batam merupakan rumah sakit favorit responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 69 orang, yang menyatakan cukup setuju sebanyak 11 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Rumah sakit otorita batam merupakan rumah sakit favorit responden, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,03 karena berada pada interval 3,40 – 4,19 yang artinya baik.

Tabel 4.37

Tanggapan responden mengenai Responden mencoba untuk menggunakan rumah sakit otorita batam bila responden ingin berobat lagi

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	19	19	95
Setuju	57	57	228
Cukup setuju	22	22	66
Tidak setuju	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
Jumlah	100	100	393
Rata-rata			3.93

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.37 di atas, dapat diketahui pernyataan Responden mencoba untuk menggunakan rumah sakit otorita batam bila responden ingin berobat lagi, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 57 orang. Sedangkan yang menyatakan cukup setuju sebanyak 22 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Responden mencoba untuk menggunakan rumah sakit otorita batam bila responden ingin berobat lagi, dinyatakan baik dilihat dari rata-rata skor yaitu 3,93 karena berada pada interval 3,40 – 4,1 yang artinya baik.

Tabel 4.38

Analisa Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS	jml	Rata-rata	Keterangan
1	Saya bersedia akan berobat dirumah sakit otorita batam lagi walaupun ada berbagai rumah sakit lainnya	24	60	13	3	0	405	4.05	Tinggi
2	Selama rumah sakit otorita batam ini ada saya akan tetap menggunakan jasa rumah sakit ini	20	62	16	2	0	400	4.00	Tinggi

3	Saya akan berobat ke rumah sakit otorita batam bila saya membutuhkan pelayanan kesehatan	20	67	10	3	0	404	4.04	Tinggi
4	Bila saya ingin berobat maka rumah sakit otorita batam ini merupakan pilihan pertama saya	20	63	17	0	0	403	4.03	Tinggi
5	Bagi saya rumah sakit otorita batam ini merupakan tempat berobat yang terbaik	27	51	20	2	0	403	4.03	Tinggi
6	Saya akan merekomendasikan rumah sakit otorita batam ini kepada teman dan keluarga saya	12	57	28	3	0	378	3.78	Tinggi
7	Rumah sakit otorita batam merupakan rumah sakit favorit saya	18	69	11	2	0	403	4.03	
8	Saya mencoba untuk menggunakan rumah sakit otorita batam bila saya ingin berobat lagi	19	57	22	2	0	393	3.93	
Jumlah								31,89	
Σ Rata-rata Y								3,99	Tinggi

Sumber : Data primer yang telah diolah

Jadi, dilihat dari tabel 4.38, tanggapan responden terhadap loyalitas Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam dapat dikatakan tinggi, karena nilai rata-rata dari keseluruhan pertanyaan adalah sebesar 3,99 berada pada interval 3.40 - 4.19. Dimana nilai tertinggi dapat dilihat dari tanggapan responden mengenai “ Saya bersedia akan berobat dirumah sakit otorita batam lagi walaupun ada berbagai rumah sakit lainnya”, dengan nilai sebesar 4,05 tetapi masih ada yang perlu diperhatikan mengenai pernyataan ” Saya akan merekomendasikan rumah sakit otorita batam ini kepada teman dan keluarga saya dan Saya mencoba untuk menggunakan rumah sakit otorita batam bila saya ingin berobat lagi” karena memiliki nilai dibawah rata-rata.

4.5 Analisa Tentang Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam

Kualitas Pelayanan adalah salah satu cara untuk memperbaiki kinerja karyawan agar dapat bekerja secara efektif dan tujuannya adalah untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam.

Penulis selain memperoleh data dari hasil wawancara, juga memperoleh data dari menyebarkan angket atau kuesioner kepada 100 orang responden. Berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada responden, maka dapat diketahui pendapat responden mengenai bagaimana Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam. Untuk memudahkan penilaian dari jawaban responden, maka skala penilaian jawaban angket yang digunakan adalah skala lima kategori model likert, dengan lima alternatif jawaban, dengan bobot penilaian yang berbeda untuk setiap penilaian alternatif jawaban.

Untuk memudahkan penilaian dari jawaban responden, maka kriteria penilaian dari jawaban responden dibuat sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	diberi bobot nilai 5
Setuju (S)	diberi bobot nilai 4
Cukup setuju (CS)	diberi bobot nilai 3
Tidak Setuju (TS)	diberi bobot nilai 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	diberi bobot nilai 1

Selanjutnya dicari rata-rata dari setiap jawaban responden. Untuk memudahkan penilaian dari rata-rata tersebut maka dibuat interval. Dalam penelitian ini penulis menentukan banyak kelas interval sebesar 5 (lima).

Rumus yang digunakan menurut **Sudjana (2000;79)** adalah sebagai berikut :

$$p = \frac{\text{rentang}}{\text{banyak kelas interval}}$$

P = Panjang Kelas Interval

Rentang = Data tertinggi – Data terendah

Banyak Kelas Interval = 5

Berdasarkan rumus tersebut, maka panjang kelas interval adalah :

$$P = \frac{(5-1)}{5} = 0,8$$

Maka Rentang skala dari kriteria penilaian adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,79 = Sangat Tidak Baik/Sangat Rendah

1,80 – 2,59 = Tidak Baik/Rendah

2,60 – 3,39 = Cukup Baik/Cukup Tinggi

3,40 – 4,19 = Baik/Tinggi

4,20 – 5,00 = Sangat Baik/Sangat Tinggi

4.5.1 Analisis Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing - masing pertanyaan dengan jumlah skor masing-masing variabel. Hasil uji validitas masing - masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.39
Uji Validitas variabel X₁ (Kualitas Pelayanan)
r Tabel (df = 100;0,05) = 0,195
Uji Validitas

No Item pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0.650	0,195	Valid
2	0.648	0,195	Valid
3	0.622	0,195	Valid
4	0.645	0,195	Valid
5	0.729	0,195	Valid
6	0.615	0,195	Valid
7	0.346	0,195	Valid
8	0.380	0,195	Valid
9	0.269	0,195	Valid
10	0.678	0,195	Valid
11	0.778	0,195	Valid
12	0.605	0,195	Valid
13	0.634	0,195	Valid
14	0.567	0,195	Valid
15	0.656	0,195	Valid
16	0.778	0,195	Valid

Sumber : Kuesioner

Tabel 4.40
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel X₂ (Kepuasan)
Item-Total Statistics

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.573	0,195	Valid
2	0.573	0,195	Valid
3	0.484	0,195	Valid
4	0.555	0,195	Valid
5	0.671	0,195	Valid
6	0.220	0,195	Valid

Sumber : Kuesioner

Tabel 4.41
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Y (Loyalitas)
Item-Total Statistics

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.638	0,195	Valid
2	0.315	0,195	Valid
3	0.606	0,195	Valid
4	0.519	0,195	Valid
5	0.543	0,195	Valid
6	0.347	0,195	Valid
7	0.624	0,195	Valid
8	0.349	0,195	Valid

Sumber : Kuesioner

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai korelasi tiap item pertanyaan dengan total skor yang diperoleh lebih besar dari 0,195 sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan dalam analisis data selanjutnya. Adapun hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16.0 dengan jumlah responden sebanyak 100 orang adalah sebagai berikut :

Tabel 4.42
Uji Reliabilitas Variabel X₁
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.912	.912	16

Tabel 4.43
Uji Reliabilitas Variabel X₂
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.762	.767	6

Tabel 4.44
Uji Reliabilitas Variabel Y
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.784	.787	8

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap semua item dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua item penelitian dapat dikatakan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,912, 0,762 dan 0,784 (Nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,60, **Simamora, 2004;177**), dengan demikian dapat digunakan sebagai instrumen dalam mengukur variabel yang ditetapkan dalam penelitian ini.

4.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam

Untuk mengukur kuat lemahnya hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan dengan loyalitas pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam, penulis menggunakan Alat bantu statistik yaitu analisis regresi berganda dan kolerasi berganda karena jawaban dari responden mempunyai skala ordinal. Jawaban ini dihitung berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan dimana terdiri dari 16 pernyataan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, 6 pernyataan yang berhubungan dengan Kepuasan dan 8 pernyataan yang berhubungan dengan loyalitas Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam. Tabel berikut ini memperlihatkan hasil pengolahan data primer dari hasil kuesioner dengan bantuan program SPSS 16.0:

Tabel 4.45
Koefisien Korelasi dan Determinasi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.766 ^a	.586	.578	.31966

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa besarnya koefisien korelasi kualitas pelayanan (X_1), dan kepuasan (X_2), sebesar 0,766. Nilai tersebut berada antara nilai 0.60 – 0.799, artinya variabel kualitas pelayanan (X_1), dan kepuasan (X_2)

memiliki keeratan hubungan yang kuat dengan Loyalitas Pasien (Y) Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam

1. Analisis Koefisien Determinasi

Besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan (X_1), dan kepuasan (X_2) terhadap Loyalitas Pasien (Y) ditunjukkan dengan besarnya koefisien determinasi (adalah hasil pengkuadratan dari koefisien korelasi dikali 100%) atau *R Square*. Dari tabel koefisien korelasi dan koefisien determinasi di atas diketahui bahwa koefisien determinasinya adalah sebesar 0,586 atau 58,6%, artinya variabel kualitas pelayanan (X_1), dan kepuasan (X_2) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pasien sebesar 58,6% dan sisanya sebesar 41,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

2. Analisis Regresi Berganda

Teknik regresi berganda ini digunakan untuk mengetahui hubungan fungsional antara variabel dependen yaitu nilai loyalitas pasien (Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X_1), dan kepuasan (X_2). Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X_1), dan kepuasan (X_2) dengan loyalitas pasien (Y), maka perlu dilakukan uji regresi linier berganda yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.46

Analisis Regresi Berganda Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.887	.269		3.296	.001
Kualitas_pelayan an	.235	.178	.241	1.319	.190
Kepuasan	.538	.183	.536	2.938	.004

a. Dependent Variable: Loyalitas

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 16.0 di atas maka diperoleh suatu persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,887 + 0,2357X_1 + 0,538X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Konstanta $b_0 = 0,887$ menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan dan kepuasan sama dengan nol dan tidak ada perubahan, maka loyalitas pasien sebesar 0,887.
- b. Koefisien regresi $b_1 = 0,235$ menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan, dan kepuasan sama dengan nol, maka loyalitas pasien sebesar 0,235. Nilai koefisien regresi dari kualitas pelayanan sebesar 0,235 yang artinya bahwa setiap kenaikan 1 satuan, maka kualitas pelayanan akan menaikkan loyalitas pasien sebesar 0,235.
- c. Koefisien regresi $b_2 = 0,538$ menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan dan kepuasan sama dengan nol, maka loyalitas pasien sebesar 0,538. Nilai koefisien regresi dari kepuasan sebesar 0,538 yang artinya bahwa setiap kenaikan 1 satuan kepuasan akan menaikkan loyalitas pasien sebesar 0,538.

3. Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak, maka dilakukan uji t satu pihak, yaitu pihak kanan dengan hipotesis sebagai berikut :

$H_0 : r_s \leq 0$, kualitas pelayanan dan kepuasan tidak memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Pasien (Y) Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batamv.

$H_a : r_s > 0$, kualitas pelayanan dan Kepuasan memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Pasien (Y) Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam.

- a. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu $\alpha = 0,05$. Menentukan tingkat signifikansi dengan derajat kebebasan $df = 100 - 3 = 97$. Dimana nilai F_{tabel} adalah sebesar 3,232 .

Adapun hasil pengujian secara simultan/uji statistik F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.47
Uji Hipotesis F Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap
Loyalitas Pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita
Batam
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.048	2	7.024	68.740	.000 ^a
	Residual	9.912	97	.102		
	Total	23.960	99			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kualitas_pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas

b. Uji Signifikansi F

Pada tabel 4.47 diatas, kita dapat melakukan pengujian secara simultan dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} .

- H_0 ditolak jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ (k ; db ; 0,05)
- H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ (k ; db ; 0,05)

Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai F_{hitung} (68,740) > F_{tabel} (3, 232) artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian kualitas pelayanan (X_1), dan kepuasan (X_2) berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien (Y) Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta pada pembahasan pada Bab IV, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan dan memberikan beberapa saran sebagai masukan bagi perusahaan.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan melalui analisis data statistik dari kuesioner yang disebar, observasi dan wawancara maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan konsumen terhadap kualitas jasa, kualitas jasa Rumah Sakit Otorita Batam dinilai baik, karena nilai rata-rata dari keseluruhan pernyataan adalah sebesar 3,99 berada pada interval 3,40 – 4,19. Walau demikian masih terdapat faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam pernyataan seperti Karyawan Rumah sakit otorita batam mampu dengan baik memberikan prosedur pelayanan , Mengenai pengetahuan karyawan Rumah sakit otorita batam sudah baik, Karyawan Rumah sakit otorita batam mampu dalam memenuhi keinginan konsumen/pasien dan Karyawan Rumah Sakit Otorita Batam mampu memberikan solusi terhadap keluhan konsumen, Karyawan Rumah sakit otorita batam sopan santun dalam berkomunikasi pada konsumen, karena memiliki nilai rata-rata terendah.
2. Tanggapan responden terhadap kepuasan Rumah Sakit Otorita Batam dapat dikatakan baik, karena nilai rata-rata dari keseluruhan pertanyaan adalah sebesar 4,03 berada pada interval 3,40 - 4,19. Walau demikian masih terdapat faktor-faktor yang perlu diperhatikan mengenai pernyataan ” Kualitas jasa yang saya dapatkan di rumah sakit otorita batam lebih dari yang saya harapkan, Saya mendapatkan apa yang saya inginkan berobat di rumah sakit ini dan Berobat di rumah sakit otorita batam ini merupakan sesuatu hal yang sangat memuaskan” karena memiliki nilai rata-rata terendah.

3. Tanggapan responden terhadap loyalitas Rumah Sakit Otorita Batam dapat dikatakan tinggi, karena nilai rata-rata dari keseluruhan pertanyaan adalah sebesar 3,99 berada pada interval 3,40 - 4,19. Walaupun ada berbagai rumah sakit lainnya”, dengan nilai sebesar 4,05 tetapi masih ada yang perlu diperhatikan mengenai pernyataan ” Saya akan merekomendasikan rumah sakit otorita batam ini kepada teman dan keluarga saya dan Saya mencoba untuk menggunakan rumah sakit otorita batam bila saya ingin berobat lagi” karena memiliki nilai rata-rata terendah.
4. Terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pasien rawat jalan dan rawat inap Rumah Sakit Otorita Batam. Hal ini terlihat dari :
 - a. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi adalah sebesar 0,766. Hal ini menunjukkan keeratan hubungan antara variabel kualitas jasa dan kepuasan dengan loyalitas konsumen termasuk kriteria kuat yang berada pada interval 0,60 – 0,799.
 - b. Perhitungan koefisien determinasi dalam persen, diperoleh hasil sebesar 0,586 atau 58,6% artinya loyalitas knsumen pada Rumah Sakit Otorita Batam dipengaruhi kualitas jasa dan kepuasan sebesar 58,6%, Sedangkan sisanya 41,4% dapat disebabkan oleh pengaruh faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian yang dilakukan penulis, seperti harga dan promosi.
 - c. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan nilai $F_{hitung} (68,740) > F_{tabel} (3,232)$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam.

5.2 Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian pada rumah sakit di Batam, maka penulis mencoba memberikan saran kepada pihak rumah sakit sebagai dasar pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dan juga bagi peneliti selanjutnya, sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan (Rumah Sakit Otorita Batam)

Berdasarkan hasil penelitian dan uraian sebelumnya, maka penulis mengajukan beberapa saran dengan harap dapat memberikan manfaat, yaitu :

- 1) Kualitas pelayanan pada fasilitas parkir Rumah Sakit Otorita Batam, sebaiknya diperluas, sehingga dapat memudahkan konsumen yang menggunakan kendaraan untuk tidak susah mencari tempat parkir di Rumah Sakit Otorita Batam. Dan juga kenyamanan fasilitas gedung Rumah Sakit Otorita Batam yang sebaiknya meningkatkan peringatan larangan merokok di tempat fasilitas gedung seperti di kantin
- 2) Karyawan Rumah Sakit Otorita Batam, pihak rumah sakit memberikan pelatihan untuk karyawan Rumah Sakit Otorita Batam agar dapat meningkatkan pelayanan untuk kepuasan pelanggan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat menelaah lebih dalam serta mengembangkan penelitian yang telah dilaksanakan kali ini, mengingat masih banyak rumah sakit yang berada di Batam, sehingga diharapkan dapat melihat perbedaan antar rumah sakit. Selain itu juga bisa dengan menambah pernyataan yang ada dalam kuesioner yaitu dengan cara mengembangkan indikator variabel yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Payne, 2000. *"Service Marketing Pemasaran Jasa"*, Andi Yogyakarta.
- Alma, Buchari, 2002. *Pengantar Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Alma, Buchari, 2004, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Keenam, Alfabeta, Bandung.
- Assauri, Sofjan .2003. **"Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction"** dalam *Usahawan*, No. 01, Tahun XXXII, Januari, hal.25-30. Jakarta
- Basu Swasta Dharmawesta dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*, Cetakan Keempat, Yogyakarta : Liberty
- Griffin, Jill, 2002. *Customer Loyalty – And What It Matters Now More Than Ever*, www.loyaltysolution.com
- Griffin, Jill, 2005. *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Erlangga, Jakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Cv.Alfabeta.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Cv.Alfabeta.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, 2007. **Manajemen Pemasaran**, cetakan pertama, edisi bahasa Indonesia, Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. **Manajemen Pemasaran**. Jilid Satu, Edisi Keduabelas, Cetakan Ketiga. Penerbit Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. **Manajemen Pemasaran**. Jilid Kedua, Edisi Kedua belas, Cetakan Kedua. Penerbit Indeks.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. **Manajemen Pemasaran Jasa**, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Mohammad Nasir, (2003). *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Sugiyono, (2007). *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, 2008. **Metode Penelitian Bisnis**, cetakan ke 12, Bandung: Alfabeta.

Suhartanto, D., Agustinus, F., & Santosa., S. 2000. Analisa Hubungan Antara Kepuasan Konsumen, Citra Hotel, dan Hubungan Pribadi Dengan Kesetiaan Pelanggan di Industri Perhotelan, Tata Niaga : Jurnal Ekonomi dan Bisnis

Tjiptono, Fandy, 2005, *Pemasaran Jasa*, Bayu Media Publishing, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 2006, *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 2008, *Pemasaran Strategik*, Penerbit Andi, Yogyakarta

Wisnalmawati.(2005). *Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang*. Yogyakarta : Jurnal Ekonomi dan Bisnis No. 3. Jilid **Daftar Kunjungan Pasien Rawat Jalan dan Rawat Inap RSOB,2008,Batam**

Struktur Organisasi Petunjuk Pelaksanaan,RSOB,2001, Batam

Internet :

<http://www.google.com>

<http://www.rsotoribatam.co.id>.

<http://kebijakankesehatanindonesia.net>