

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA JASA RUMAH SAKIT
(Survey Pada Rumah Sakit di Kota Makassar)**

SKRIPSI



**Oleh:
ANDI NURUL AFIAH
NIM: 13510077**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2017**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA RUMAH
SAKIT
(Survey Pada Rumah Sakit di Kota Makassar)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



O l e h:

ANDI NURUL AFIAH
NIM: 13510077

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2017**

LEMBAR PERSETUJUAN

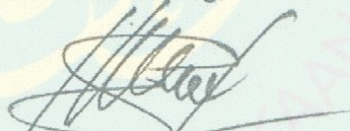
**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA JASA RUMAH SAKIT
(Survey Pada Rumah Sakit di Kota Makassar)**

SKRIPSI

Oleh:

**ANDI NURUL AFIAH
NIM: 13510077**

Telah Disetujui, 10 Juni 2017
Dosen Pembimbing,



**H. Slamet, SE., MM., Ph.D.
NIP. 19660412 199803 1 003**



Mengetahui:
Ketua Jurusan,

**Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP 19750707 200501 1 005**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA RUMAH SAKIT (Survey Pada Rumah Sakit di Kota Makassar)

SKRIPSI

Oleh:

ANDI NURUL AFIAH
NIM: 13510077

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Tanggal 10 Juli 2017

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

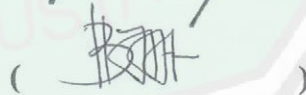
1. Ketua Penguji
Yayuk Sri Rahayu, SE., MM :
NIP. 19770826 200801 2 011

()

2. Sekretaris/Pembimbing
H. Slamet, SE., MM., Ph.D :
NIP. 19660412 199803 1 003

()

3. Penguji Utama
Dr. Lailatul Farida, MAB :

()



Disahkan Oleh :
Ketua Jurusan,

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP. 19750707 200501 1 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andi Nurul Afiah

NIM :13510077

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/ Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: **ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA RUMAH SAKIT (Survey Pada Rumah Sakit di Kota Makassar)** adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan papaksaan dari siapa pun.

Malang, 10 Juli 2017

Hormat Saya,

Andi Nurul Afiah
NIM : 13510139

LEMBAR PERSEMBAHAN

Karya ilmiah skripsi ini ku persembahkan kepada kedua orang tua, Ayahanda Sirauddin Omsa dan Ibunda tercinta Andi Nurhaya Rahman yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku.

Teruntuk sahabatku tercinta yang sedang menimba ilmu, Lutfi Hikmah Naufal, Ikky Pramatasari, Putri Megasari, Rina Nisfi Rismawati, Zayin Achadia, Illa Dwi Damayanti, Lailatul Azkiya, Ana Tri Yuliana dan Achmad Zakaria yang tiada hentinya memberikan doa dan semangat yang menggebu.

Semoga kalian senantiasa diberikan kelancaran oleh Allah SWT.

Untuk ribuan tujuan yang hendak dicapai, untuk jutaan impian yang akan dikejar, untuk sebuah pengharapan, agar hidup jauh lebih bermakna. Teruslah belajar, berusaha, dan berdoa untuk menggapainya.

MOTTO

Bagaimanapun sulitnya rintangan yang kamu hadapi, percayalah itu tidak pernah di luar kemampuanmu. Jadi tetaplah menjadi orang yang optimis.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, karunia serta hidayah-Nya.

Shalawat serta salam tidak lupa penulis panjatkan kepada Rasulullah, yakni baginda Nabi besar Muhammad SAW selaku nabi terakhir yang diutus sebagai rahmad bagi seluruh alam semesta.

Sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan mengangkat judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit”**(Survey Pada Rumah Sakit di Kota Makassar).

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih tak terhingga kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yakni Allah SWT yang senantiasa memberikan Rahmat, Hidayah serta Rezeki berupa kesehatan yang luar biasa guna untuk menyelesaikan proposal skripsi ini hingga selesai.
2. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.S. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

3. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M. Ag selaku Dekan dari Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. H. MisbahulMunir, Lc.,M.EiselakuKetuaJurusanManajemenFakultasEkonomiUniversitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Bapak H. Slamet SE., MM., Ph.D selakuDosenPembimbing yang telahbanyaksekalimeluangkanwaktunyauntukmembimbingdanmengarahk andalampenyelesaianskripsiini serta Ibu Dr. Vivin Maharani, MM selaku Dosen yang membimbing dan mengarahkan dalam melakukan uji penelitian ini.
6. Dosen pengajar yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan kepada penulis selama menempuh studi di Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Orang tua ayah Sirajuddin Omsa dan Ibu tercinta Andi Nurhaya Rahman yang selalu mendidik serta memberikan kasih sayangnya sejak kecil dan semua doa-doanya terijabah oleh Allah SWT sampai mengalir kepada penulis demi kelancaran untuk menyelesaikan skripsi.
8. Adikku Wildan, Humairah, Fikri dan seluruh keluarga terdekat yang terus memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
9. Saudara saya dr. Ricky selaku dokter yang berpartisipasi dalam penelitian di Rumah Sakit di Kota Makassar.

10. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam proses pengumpulan data.
11. Sahabat-sahabatku yang sangat spesial Lutfi Hikmah Naufal, Ikky Pramatasari, Putri Megasari, Rina Nisfi Rismawati, Zayin Achadia, Illa Dwi Damayanti, Lailatul Azkiya, Ana Tri Yuliana dan Achmad Zakaria yang selalu memberikan semangat serta doanya untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Peneliti berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal ‘Alamin.

Malang, 10 Juli 2017

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHA	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Arab)	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Konsep Kualitas Layanan	14
2.2.1 Pengertian Kualitas	14
2.2.2 Pengertian Layanan	15
2.2.3 Pengertian Kualitas Layanan	17
2.2.4 Prinsip Kualitas Layanan	19
2.2.5 Ciri-Ciri Kualitas Layanan	20
2.2.6 Faktor Kunci Keberhasilan Kualitas Layanan.....	21
2.2.7 Dimensi/Pengukuran Kualitas Layanan	22
2.3 Konsep Kepuasan Pengguna Jasa	30
2.3.1 Pengertian Kepuasan	30
2.3.2 Pengertian Pengguna Jasa.....	31
2.3.3 Pengertian Kepuasan Pengguna Jasa	32
2.3.4 Parameter Kepuasan Pengguna Jasa.....	33
2.3.5 Ciri-Ciri Pengguna yang Merasa Puas.....	34
2.3.6 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Jasa	34
2.4 Kerangka Berfikir	38
2.5 Hipotesis Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	40
3.2 Lokasi Penelitian	40

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	41
3.5 Data dan Jenis Data	42
3.6 Sumber Data	43
3.7 Teknik Pengumpulan Data	43
3.8 Definisi Operasional Variabel	44
3.9 Instrumen Penelitian	47
3.9.1 Uji Instrumen	48
3.9.1.1 Uji Validitas	48
3.9.1.2 Uji Reliabilitas	49
3.10 Analisis Data.....	51
3.10.1 Uji Asumsi Klasik	51
3.10.2 Regresi Linier Berganda.....	53
3.10.3 Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Hasil Penelitian.....	60
4.1.1 Karakteristik Responden Secara Umum.....	60
4.1.2 Gambaran Umum Variabel.....	66
4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	84
4.1.4 Hasil Pengujian Data	89
4.1.5 Hasil Pengujian Hipotesis.....	97
4.2 Pembahasan dan Relefansi Hasil Penelitian dengan Teori.....	108
4.2.1 Hasil Analisis Pengaruh Simultan Kualitas Layanan (X) Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y).....	108
4.2.2 Hasil Analisis Pengaruh Parsial Kualitas Layanan (X) Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y).....	109
BAB V PENUTUP.....	119
5.1 Kesimpulan.....	119
5.2 Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	44
Tabel 3.2 Skala Pengukuran	48
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	50
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner Rumah Sakit Umum	60
Tabel 4.2 Penyebaran Kuesioner Rumah Sakit Khusus	61
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pada RS Umum	61
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pada RS Khusus	62
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Pada RS Umum	62
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Pada RS Khusus	63
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Pada RS Umum	64
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Pada RS Khusus	64
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Pada RS Umum	65
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Pada RS Khusus	65
Tabel 4.11 Frekuensi Item Variabel Tangible Pada RS Umum	66
Tabel 4.12 Frekuensi Item Variabel Tangible Pada RS Khusus	67
Tabel 4.13 Frekuensi Item Variabel Reliability Pada RS Umum	69
Tabel 4.14 Frekuensi Item Variabel Reliability Pada RS Khusus	69
Tabel 4.15 Frekuensi Item Variabel Responsiveness Pada RS Umum	70
Tabel 4.16 Frekuensi Item Variabel Responsiveness Pada RS Khusus	71
Tabel 4.17 Frekuensi Item Variabel Assurance Pada RS Umum	72
Tabel 4.18 Frekuensi Item Variabel Assurance Pada RS Khusus	73
Tabel 4.19 Frekuensi Item Variabel Emphaty Pada RS Umum	74
Tabel 4.20 Frekuensi Item Variabel Emphaty Pada RS Khusus	75
Tabel 4.21 Frekuensi Item Variabel Accessibility Pada RS Umum	75
Tabel 4.22 Frekuensi Item Variabel Accessibility Pada RS Khusus	76
Tabel 4.23 Frekuensi Item Variabel Courtesy Pada RS Umum	77
Tabel 4.24 Frekuensi Item Variabel Courtesy Pada RS Khusus	77
Tabel 4.25 Frekuensi Item Variabel Communication Pada RS Umum	78
Tabel 4.26 Frekuensi Item Variabel Communication Pada RS Khusus	79
Tabel 4.27 Frekuensi Item Variabel Credibility Pada RS Umum	79
Tabel 4.28 Frekuensi Item Variabel Credibility Pada RS Khusus	80
Tabel 4.29 Frekuensi Item Variabel Kepuasan Pengguna Jasa Pada RS Umum	82
Tabel 4.30 Frekuensi Item Variabel Kepuasan Pengguna Jasa Pada RS Khusus	83
Tabel 4.31 Uji Multikolinieritas Pada RS Umum	86
Tabel 4.32 Uji Multikolinieritas Pada RS Khusus	87
Tabel 4.33 Uji Autokorelasi Pada RS Umum	88

Tabel 4.34 Uji Autokorelasi Pada RS Khusus	89
Tabel 4.35 Regresi Linier Berganda Pada RS Umum.....	90
Tabel 4.36 Regresi Linier Berganda Pada RS Khusus.....	93
Tabel 4.37 Koefisien Determinasi Pada RS Umum.....	96
Tabel 4.38 Koefisien Determinasi Pada RS Khusus.....	96
Tabel 4.39 Hasil Perhitungan Uji F Pada RS Umum.....	97
Tabel 4.40 Hasil Perhitungan Uji F Pada RS Khusus.....	98
Tabel 4.41 Hasil Perhitungan Uji t Pada RS Umum.....	99
Tabel 4.42 Hasil Perhitungan Uji t Pada RS Khusus.....	103



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Penelitian.....	38
Gambar 4.1 Uji Normalitas Pada RS Umum	85
Gambar 4.2 Uji Normalitas Pada RS Khusus	85



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Rumah Sakit di Kota Makassar
- Lampiran 2 Model Tekanan Persaingan Industri
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Penyebaran Kuesioner
- Lampiran 5 Distribusi Frekuensi Rumah Sakit Umum
- Lampiran 6 Distribusi Frekuensi Rumah Sakit Khusus
- Lampiran 7 Uji Validitas
- Lampiran 8 Uji Reliabilitas
- Lampiran 9 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 10 Uji Regresi Berganda
- Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 12 Uji Hipotesis



ABSTRAK

Andi Nurul Afiah, 2017, SKRIPSI. Judul: “**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah (Survey Pada Rumah Sakit di Kota Makassar)**”

Pembimbing : H. Slamet, SE., MM., Ph.D

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Pengguna Jasa

Era global berdampak pada tingginya kompetisi dalam sektor kesehatan, persaingan antar rumah sakit semakin keras untuk merebut pasar yang semakin terbuka bebas. Hal ini mengindikasikan bahwa persaingan rumah sakit semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat mendorong rumah sakit untuk menerapkan manajemen kualitas jasa yang modern melalui pelaksanaan kualitas layanan yang baik. Rumah sakit perlu memahami secara tepat kebutuhan dan harapan pengguna jasa sehingga nantinya mampu menyajikan pelayanan yang menarik dan memuaskan pengguna jasa.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan yang disampaikan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, yaitu metode dengan cara menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan cocok dengan kriteria yang telah ditentukan dapat digunakan sebagai sampel baik itu secara langsung maupun secara tidak langsung (*online*). Teknik pengumpulan data menggunakan metode *survey*. Adapun analisis data yang digunakan yaitu regresi berganda melalui pengujian SPSS.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna jasa. Adapun perhitungan secara parsial didapatkan hasil bahwa empat variabel independen yaitu *tangible* (X_1), *emphaty* (X_5), *communication* (X_8), *credibility* (X_9) memberi sumbangan positif terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit, sedangkan untuk variabel *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4), *accessibility* (X_6), *courtesy* (X_7) tidak berkontribusi terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

ABSTRACT

Andi Nurul Afiah, 2017, THESIS. Title: **“Analysis of Service Quality Impacts on User Satisfaction of Hospital Service in Makassar City”**

Advisor : H. Slamet, SE., MM., Ph.D

Key Word : Service Quality, Service User Satisfaction

The global era has an impact on the high competition in the health sector, the competition between hospitals is getting harder to seize the open market. This indicates that the hospital competition is getting tighter. The increasingly fierce competition encourages hospitals to implement modern service quality management through the implementation of good service quality. Hospitals need to understand the needs and expectations of service users so that later able to present an attractive service and satisfy service users.

The purpose of this study was to find out how the quality of services delivered and its effect on hospital service users satisfaction. The sampling method used was an accidental sampling, where the sample was determined by chance, in other words, anyone who by chance met with the researcher and match the criteria that have been determined can be used as a sample either directly or indirectly (online). Technique of collecting data used survey method. Finally, multiple regression was used as data analysis through SPSS testing.

The results of research indicate that there was a simultaneously significant influence between service quality variable and service user satisfaction. The partial calculation shows that four independent variables, namely tangible (X1), emphaty (X5), communication (X8), and credibility (X9) had positive contribution to hospital service user satisfaction, while for variable of reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), accessibility (X6), courtesy (X7) had no contribution to hospital service user satisfaction.

ملخص البحث

اندى نور الأفيعة. عام 2017، البحث الجامعي. العنوان: "تحليل تأثير الجودة الخدمة على رضا المستخدمين المستشفى في مدينة ماكاسار"
 المشرف: سلامت، الحج الماجستير
 الكلمات الرئيسية: جودة الخدمة، رضا المستخدم الخدمة

يسبب عصر العولمة في ارتفاع المنافسة في الصحي، والمنافسة بين المستشفيات من الصعب للاستيلاء على السوق مفتوحة كمثال متزايد بحرية. وهذا يدل على أن المنافسة المستشفى تزداد صعوبة. منافسة شرسة على نحو متزايد لتشجيع المستشفيات لتنفيذ خدمات إدارة الجودة الحديثة من خلال تنفيذ جودة الخدمة جيدة. يحتاج المستشفى لفهم كامل للاحتياجات وتوقعات المستفيدين من الخدمات سأن تكون قادرة على تقديم الخدمة الاهتمام والمرضية لمستخدمي المستشفى.

واما الغرض من هذه الدراسة هو لتحديد مدى جودة الخدمة المقدمة وتأثيرها على رضا المستخدمين المستشفى. أخذ العينات من خلال العرضية، يعنى طريقة من خلال تحديد عينة استنادا بالمناسبة، أن أي شخص الذى يجتمع مع الباحثة ويطابق مع معايير محددة تمكن ان استخدامها كعينة سواء بشكل مباشر أو غير مباشر (على الانترنت). تقنية جمع البيانات باستخدام منهج المسح. تحليل بيانات المستخدم هو الانحدار المتحدد من خلال اختبار SPSS

وبناء على نتائج البحث تدل إلى أن هناك تأثير كبير في وقت واحد بين متغيرة جودة الخدمة على رضا المستفيدين الخدمات. جزئية، أظهر حساب أن ان حصلت على أربعة المتغيرات المستقلة هي الملموسة (X_1) tangible، والتعاطف (X_5) empathy والاتصالات (X_8)، والمصادقية (X_9) ساهمت إيجابية على رضا المستفيدين الخدمات المستشفى، في حين متغيرة الموثوقية (X_2) reliability، والاستجابة (X_3)، وضمان (X_4) assurance، إمكانية (X_6) accessibility، الحملية (X_7) لا اسهمت على رضا المستفيدين الخدمات المستشفى.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era global berdampak pada tingginya kompetisi dalam sektor kesehatan, persaingan antar rumah sakit semakin keras untuk merebut pasar yang semakin terbuka bebas (Rahmadani, 2012). Semakin banyaknya rumah sakit yang dibangun baik oleh pihak swasta maupun pemerintah, menuntut sebuah rumah sakit untuk siap bersaing. Hampir di setiap Kabupaten/Kota Makassar, dapat ditemukan rumah sakit baik itu rumah sakit swasta maupun pemerintah. Hal ini mengindikasikan bahwa persaingan rumah sakit semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat mendorong rumah sakit baik swasta maupun pemerintah untuk menerapkan manajemen kualitas jasa yang modern melalui pelaksanaan kualitas layanan yang baik (Wijayanti, 2014). Rumah sakit perlu memahami secara tepat kebutuhan dan harapan pengguna jasa sehingga nantinya mampu menyajikan pelayanan yang menarik dan memuaskan pengguna jasa (Rahmadani, 2012). Adapun jumlah rumah sakit yang bersaing di Kota Makassar adalah 12 rumah sakit negeri dan 21 rumah sakit swasta. Lebih terperinci sebagaimana tercantum di lampiran 1.

Menurut Porter (*dalam* Pearce dan Robinson, Jr., 2008:104) terdapat lima model kekuatan persaingan industri. Kelima model tersebut meliputi: (1) Ancaman pendatang baru (*threat of new entrants*); (2) Daya

tawar pemasok (*bargaining power of suppliers*); (3) Daya tawar pembeli (*bargaining power of buyers*); (4) Ancaman produk atau jasa pengganti (*threat of substitute products or services*); dan (5) intensitas persaingan dengan para pesaing (*intensity of rivalries*).

Lima model tekanan persaingan industri yang dikemukakan oleh Porter dalam Pearce & Robinson, Jr. (2008:104) menunjukkan bahwa keuntungan dari perusahaan mapan di industri dapat terkikis oleh pesaing baru yang masuk ke dalam industri, persaingan di antara perusahaan-perusahaan yang ada, daya tawar pembeli, daya tawar pemasok, serta ancaman dari produk atau jasa pengganti. Lebih terperinci sebagaimana tercantum di lampiran 2. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan lingkungan industri dan operasi yang dihadapi kemudian menetapkan strategi yang cocok untuk diterapkan agar bisa memperoleh keuntungan di tengah persaingan, yang dari waktu ke waktu semakin ketat.

Pentingnya kualitas pelayanan adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna jasa, yang mana dalam hal ini dapat menghasilkan kepuasan pada pengguna jasa yang menjadi indikator keberhasilan penyelenggaraan pelayanan di rumah sakit. Adapun kualitas pelayanannya diterapkan dengan memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh pengguna jasa. Namun pada dasarnya kualitas pelayanan yang baik tidak cukup hanya dicapai, tetapi juga dipelihara dan dipertahankan mengingat adanya pergeseran kebutuhan,

harapan, dan keinginan pengguna jasa (Utami, 2013). Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan kualitas pelayanan pengguna jasa, sehingga dapat menciptakan kepuasan pada pengguna jasa.

Penilaian konsumen pada kualitas pelayanan Rumah Sakit merupakan hal penting sebagai acuan dalam pembenahan sehingga terciptanya suatu kepuasan pada pengguna jasa. Kepuasan pengguna jasa telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen (Tjiptono, 2005: 192). Pengguna umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan (Assauri, 2003: 28). Kepuasan pengguna jasa dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan di mata pengguna jasanya.

Arief (2006:174) mengemukakan kepuasan pengguna jasa merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk atau harapan-harapannya. Pengguna jasa yang merasa puas merupakan aset yang sangat berharga karena apabila mereka merasa puas maka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya, tetapi jika pengguna jasa tidak puas maka mereka tidak akan menggunakan jasa tersebut dan akan memberitahukannya kepada konsumen lain.

Pengguna jasa akan merasa puas apabila ada persamaan antara harapan dan kenyataan pelayanan kesehatan yang diperoleh. Kepuasan pengguna pelayanan kesehatan mempunyai kaitan yang erat dengan hasil

pelayanan kesehatan, baik secara medis maupun non medis seperti kepatuhan terhadap pengobatan, pemahaman terhadap informasi medis dan kelangsungan perawatan (Kotler, 1997: 82).

Kemampuan rumah sakit dalam memenuhi kebutuhan pengguna jasa dapat diukur dari tingkat kepuasan pengguna jasa. Pada umumnya pengguna jasa yang merasa tidak puas akan mengajukan komplain pada pihak rumah sakit. Komplain yang tidak segera ditangani akan mengakibatkan menurunkan kepuasan pengguna jasa terhadap kapabilitas pelayanan di rumah sakit tersebut. Kepuasan pengguna jasa telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen (Nurcaya, 2007).

Kepuasan pengguna jasa tergantung pada kualitas pelayanan. Pelayanan adalah semua upaya yang dilakukan pihak rumah sakit untuk memenuhi keinginan pengguna dengan jasa yang akan diberikan. Menurut Zeithaml, Parasuraman dan Berry (dalam Tjiptono, 1997) terdapat lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas jasa yang dikenal dengan teori Service Quality yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Keunggulan layanan tidak akan terwujud jika ada salah satu prinsip pelayanan ada yang dianggap lemah.

Rumah sakit memiliki peran yang sangat strategis dalam upaya mempercepat peningkatan derajat kesehatan masyarakat. Dalam perkembangan teknologi yang pesat dan persaingan yang semakin ketat, maka rumah sakit dituntut untuk melakukan peningkatan kualitas pelayanannya. Kualitas merupakan inti kelangsungan hidup sebuah

lembaga. Para pengguna jasa akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya (Assauri, 2003: 25). Masalah utama sebagai sebuah lembaga jasa pelayanan kesehatan adalah semakin banyaknya pesaing. Oleh karena itu, rumah sakit 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 (Biegel, 1992: 57).

Rumah Sakit merupakan salah satu lembaga yang bergerak di bidang pelayanan jasa kesehatan dengan tanggung jawab memberikan pengobatan, perawatan, mengusahakan kesembuhan dan kesehatan pengguna jasa. Pengertian rumah sakit sesuai dengan peraturan menteri kesehatan Nomor 340/Menkes/PER/III/2010 adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan layanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan rawat darurat.

Dalam rangka meningkatkan derajat kesehatan masyarakat, banyak hal yang perlu diperhatikan. Salah satu diantaranya yang dianggap mempunyai peranan yang cukup penting adalah penyelenggaraan kualitas layanan. Agar pelayanan dapat mencapai tujuan yang diinginkan maka pelayanan harus memenuhi berbagai syarat di antaranya tersedia dan

berkesinambungan, dapat diterima dan wajar, mudah dicapai, mudah dijangkau, dan bermutu (*dalam Praptiwi, 2009*).

Melihat yang terjadi saat ini bahwa perilaku para praktisi terkadang kurang mempertimbangkan proses-proses komunikasi atau pertukaran informasi dan interaksi sosial yang saling menguntungkan. Dimana para praktisi membedakan pemberian pelayanan kepada para pengguna jasa berdasarkan kemampuan mereka. Pada umumnya konsumen sebagai pengguna jasa kesehatan, tidak menyadari bahwa mereka memiliki hak untuk mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Artinya seorang pengguna jasa berhak untuk mempertanyakan pelayanan yang dirasakan apabila tidak jelas, bahkan memberatkan pengguna jasa itu sendiri (Biegel, 1992: 57).

Dari masalah di atas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan itu penting oleh sebab itu perlu dipertahankan. Rumah sakit sebagai instansi pelayanan harus mulai memikirkan pentingnya program pelayanan kepada pengguna jasa secara lebih matang melalui kualitas pelayanan. Bagaimana data apa saja yang bisa dilakukan agar kepuasan pada pengguna jasa bisa terlampaui dengan baik, karena kepuasan pada pengguna jasa tidak hanya diperoleh dari kualitas produk yang dikonsumsi saja, melainkan juga dari pelayanan yang diberikan pihak instansi kesehatan kepada pengguna jasa.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh dengan praktek sesungguhnya dan sebagai syarat menempuh Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malaik Ibrahim Malang jurusan Manajemen.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini bermanfaat sebagai acuan bagi peneliti-peneliti selanjutnya serta sebagai bahan referensi untuk perguruan tinggi dalam memberikan informasi mengenai penerapan teori dalam lapangan nyata.

3. Bagi Instansi

Manfaat yang diambil oleh Rumah Sakit di Kota Makassar adalah sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan layanan agar dapat menciptakan kualitas layanan yang baik bagi para pengguna jasa Rumah Sakit di Kota Makassar.



BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Hasil-hasil penelitian terdahulu dikemukakan sebagai bahan pertimbangan terkait dengan metode penelitian, hasil, dan pembahasan yang digunakan sebagai dasar perbandingan dengan penelitian yang dilakukan. Penjelasan tentang penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Ketut Gunawan (2001) bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan secara signifikan, dominan, dan parsial terhadap loyalitas pasien. Peneliti ini menemukan bahwa Kualitas layanan yang terdiri dari tampilan fisik (*tangibles*), empati (*emphaty*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pasien. Sedangkan Kehandalan (*reliability*) merupakan dimensi yang mempunyai pengaruh dominan terhadap loyalitas pasien.
2. Vera Juliani (2008) bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan secara langsung maupun tidak langsung. Peneliti ini menemukan bahwa dimensi kualitas layanan yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.
3. Dwi Aryani dan Ferina Rosinta (2010) penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan

pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Peneliti ini menemukan bahwa lima dimensi kualitas layanan yaitu bukti fisik, empati, keandalan, kecepatan dan jaminan positif mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan.

4. Yoga Hardika Ersaputra (2012) bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dimensi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen. Peneliti ini menemukan bahwa secara keseluruhan dimensi kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen.
5. Esti Wahyu Pratiwi (2013) bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Peneliti ini menemukan bahwa secara keseluruhan dimensi kualitas layanan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen, dan variabel empati memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen.
6. Septiadi Santoso (2013) bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan. Peneliti ini menemukan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh simultan terhadap loyalitas pelanggan.
7. Al-Tit (2015) bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kualitas makanan secara signifikan terhadap retensi pelanggan. Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan dan kualitas makanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ditemukan juga bahwa selain kepuasan konsumen, kualitas layanan juga berpengaruh positif terhadap retensi pelanggan. Terakhir, Al-tit juga menemukan bahwa kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas layanan dengan retensi pelanggan.

Selanjutnya, perbandingan dengan penelitian yang akan digarap adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Tujuan	Hasil
1.	Kualitas Layanan dan Loyalitas Pasien RSUD Singaraja Bali. Ketut Gunawan, 2001.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan secara signifikan, dominan, dan parsial terhadap loyalitas pasien.	Peneliti ini menemukan bahwa Kualitas layanan yang terdiri dari tampilan fisik (<i>tangibles</i>), empati (<i>emphaty</i>), kehandalan (<i>reliability</i>), daya tanggap (<i>responsiveness</i>), jaminan (<i>assurance</i>), dan empati (<i>emphaty</i>) berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pasien. Sedangkan Kehandalan (<i>reliability</i>) merupakan dimensi yang mempunyai pengaruh dominan terhadap loyalitas pasien.
2.	Pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Vera Juliani, 2008.	penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan secara langsung maupun tidak langsung.	Peneliti ini menemukan dimensi kualitas layanan yang terdiri dari variabelbukti fisik, keandalan, tanggap, jaminan empati signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas

			pelanggan.
3.	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Dwi Aryani dan Ferina Rosinta, 2010.	penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan	Peneliti ini menemukan bahwa lima dimensi kualitas layanan yaitu bukti fisik empati, keandalan, kecepatan dan jaminan positif mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan.
4.	Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Yoga Hardika Ersaputra, 2012.	penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dimensi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen.	Peneliti ini menemukan bahwa secara keseluruhan dimensi kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen.
5.	Pengaruh Kualitas Pelayanan SPBU Pasti Pas Terhadap Kepuasan Konsumen. Esti Wahyu Pratiwi, 2013.	penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.	Peneliti ini menemukan bahwa secara keseluruhan dimensi kualitas layanan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen, dan variabel empati memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen.
6.	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Septiadi Santoso, 2013.	penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan.	Peneliti ini menemukan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh simultan terhadap loyalitas pelanggan.

7.	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Makanan Terhadap Retensi Pelanggan. Al-Tit, 2015.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kualitas makanan secara signifikan terhadap retensi pelanggan.	Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan dan kualitas makanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ditemukan juga bahwa selain kepuasan konsumen, kualitas layanan juga berpengaruh positif terhadap retensi pelanggan. Terakhir, Al-tit juga menemukan bahwa kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas layanan dengan retensi pelanggan.
----	--	---	---

Sumber : Gunawan (2001); Juliani (2008); Ariani dan Rosinta (2010); Ersaputra (2012); Pratiwi (2013); Santoso (2013); Al-Tit (2015).

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan perbedaan dan persamaan penelitian sebelumnya (terdahulu) dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti:

1. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan kualitas layanan sebagai variabel bebas.
2. Perbedaannya yaitu peneliti sebelumnya hanya menggunakan lima dimensi sebagai pengukuran kualitas layanan, sedangkan peneliti menggunakan sembilan dimensi untuk mengukur kualitas layanan.

2.2. Konsep Kualitas Layanan

2.2.1 Pengertian Kualitas

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan. Didalam industri jasa, kualitas akan suatu jasa pasti akan diperhatikan dan dinilai oleh konsumen baik dari segi baik dan buruknya suatu barang yang ditawarkan maupun pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

Menurut Geotsh dan Davis (*dalam* Simamora, 2003: 180), bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan Kotler (*dalam* Arief, 2006: 117), mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Menurut Assauri (2003: 25) kualitas merupakan inti kelangsungan hidup sebuah lembaga. Gerakan revolusi mutu melalui pendekatan manajemen mutu terpadu menjadi tuntutan yang tidak boleh diabaikan jika suatu lembaga ingin hidup dan berkembang, Persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa/layanan untuk selalu memanjakan konsumen/pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan

akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya.

Berdasarkan perspektif TQM (*Total Quality Management*), kualitas dipandang secara lebih komprehensif atau holistik, dimana bukan hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses, lingkungan, dan sumber daya manusia. Perspektif ini dirumuskan secara rinci oleh Goetsch & Davis (*dalam* Tjiptono, 2011: 164) yang mendefinisikan kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Dari definisi diatas dapat dikemukakan bahwa kualitas berorientasi pada pelanggan. Karena dalam hal ini kualitas dinilai dari kemampuannya untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan serta memberikan kepuasan akan kebutuhan pelanggan.

2.2.2 Pengertian Layanan

Menurut Simamora (2003: 193) secara sederhana, istilah *service* mungkin bisa diartikan sebagai proses menyampaikan layanan, yaitu layanan bisa diberikan oleh manusia atau alat. Akan tetapi, tidaklah mudah mencari padanan kata dalam bahasa indonesia yang pas untuk istilah tersebut. Menurut Tjiptono (2012: 3) setidaknya ada tiga kata yang bisa mengacu pada istilah tersebut, yakni jasa, layanan, dan *service*. Sebagai jasa, *service* umumnya mencerminkan produk tidak berwujud fisik (*intangibile*) atau sektor industri spesifik, seperti pendidikan, kesehatan, telekomunikasi, transportasi, asuransi, perbankan, perhotelan, kontruksi, perdagangan, rekreasi, dan lain sebagainya. Sebagai layanan istilah

service menyiratkan segala sesuatu yang dilakukan pihak tertentu (individu maupun kelompok) kepada pihak lain (individu maupun kelompok).

Sedangkan menurut Kartajaya (2006: 19), *service* adalah:

1. *Service* adalah solusi, agar bisa menjadidi *service* business perusahaan harus dapat memberikan solusi yang nyata bagi kebutuhan pelanggan. Kadangh pelanggan tidak selalu menunjukkan kebutuhannya. Perusahaanlah yang harus sensitif mendeteksi apa kebutuhan dan permasalahan pelanggan.
2. *Service* sebagai *value enhancer* perusahaan, yaitu sebuah nilai yang harus diberikan secara terus-menerus kepada pelanggan.
3. *Service* sebagai *memorable experience*, menjelaskan bagaimana cara menciptakan sebuah pengalaman yang yang tak terlupakan pada *service* yang kita tawarkan. Pengalaman yang tak terlupakan itu adalah nilai yang berupa *emotional benefit* (manfaat emosional) yang kita tawarkan kepada konsumen. Dengan kata lain, tak hanya produk yang berupa *functionalservice* (manfaat fungsional) yang ditawarkan, tetapi juga *service experience* (pengalaman pelayanan) kepada pelanggan.
4. *Service* adalah suatu *value-added*, maksudnya suatu *service* yang mampu memberikan nilai tambah secara berkesinambungan sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Dari definisi diatas disimpulkan, bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan (yang bersifat berwujud maupun tidak berwujud untuk bisa memberi solusi, nilai produk yang ditawarkan kepada konsumen dalam upaya memenuhi kebutuhan permintaan dari konsumen dan

tampak bahwa di dalam pelayanan selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dalam pemberi jasa (penyampaian layanan), meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak pernah menyadari.

2.2.3 Pengertian Kualitas Layanan

Pengertian kualitas jasa atau pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan Kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (*dalam* Wisnalmawati, 2005: 155). Menurut Lewis dan Booms (*dalam* Tjiptono, 2012: 157) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan/pengunjung dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut. Nilai kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan atau dalam hal ini pengunjung untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan lembaga atau instansi pemberi layanan jasa. Ikatan hubungan yang baik ini akan memungkinkan lembaga pelayanan jasa untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan/pengunjung serta kebutuhan mereka. Dengan demikian penyedia layanan jasa dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dengan

memaksimalkan pengalaman pengunjung yang kurang menyenangkan. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal, tetapi sebaliknya jika layanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan rendah.

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Sebelum berbicara lebih jauh Islam meletakkan batasan yang difirmankan oleh Allah dalam salah satu ayat yang berbunyi :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Yang Artinya :

Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”(QS. al-Maidah : 2).

Melalui ayat diatas Allah memerintahkan kepada umat manusia suntuksaling menolong didalam koridor “mengerjakan kebajikan dan takwa” dan Allah melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan “Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”. Jadi interaksi itu boleh dilakukan kapanpun dan dengan siapapun selama tidak melanggar batasan diatas.

2.2.4 Prinsip Kualitas Layanan

Dalam rangka menciptakan gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi organisasi untuk menyempurnakan kualitas, organisasi bersangkutan harus mampu mengimplementasikan enam prinsip utama yang berlaku bagi perusahaan. Keenam prinsip ini sangat bermanfaat dalam membentuk mempertahankan lingkungan yang tepat untuk melaksanakan penyempurnaan kualitas secara berkesinambungan dengan didukung oleh para pemasok, karyawan, dan pelanggan. Menurut Wolkins (*dalam* Saleh, 2010: 105) keenam prinsip terdiri atas:

1. Kepemimpinan, strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin dan mengarahkan organisasinya dalam upaya peningkatan kinerja kualitas. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, usaha peningkatan kualitas hanya akan berdampak kecil.
2. Pendidikan, semua karyawan perusahaan mulai dari manajer puncak sampai karyawan operasional wajib mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut. Antara lain konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat, teknik, implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.
3. Perencanaan Strategik, proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya.

4. Review, proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini menggambarkan mekanisme yang menjamin adanya perhatian terus-menerus terhadap upaya mewujudkan sasaran-sasaran kualitas.
5. Komunikasi, implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan, maupun dengan *stakeholder* lainnya.
6. *Total Human Reward*, *reward* dan *recognition* merupakan aspek krusial dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan berprestasi perlu diberi imbalan dan prestasinya harus diakui. Dengan cara seperti ini, motivasi, semangat kerja, rasa bangga dan rasa memiliki (*sense of belonging*) setiap anggota organisasi dapat meningkat, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan produktifitas dan profitabilitas bagi perusahaan, serta kepuasan dan loyalitas pelanggan

2.2.5 Ciri-Ciri Kualitas Layanan

Ciri-Ciri Pelayanan yang baik menurut Kasmir (2005: 39) dirumuskan sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan/pengunjung sejak awal hingga selesai.
2. Mampu melayani secara cepat dan tepat.
3. Mampu berkomunikasi.
4. Mampu memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
5. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.

6. Berusaha memahami kebutuhan pengguna jasa.
7. Mampu memberikan kepercayaan kepada pengguna jasa.

2.2.6 Faktor Kunci Keberhasilan Kualitas Layanan

Berdasarkan hasil sintesis terhadap berbagai riset yang telah dilakukan Grongoos (*dalam* Tjiptono, 2005: 261) mengemukakan enam kriteria kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik, yakni sebagai berikut:

1. *Professionalism and Skills*. Pelanggan mendapati bahwa penyedia jasa, karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah mereka secara profesional (outcomerelated criteria).
2. *Attitudes and Behaviour*. Pelanggan merasa bahwa karyawan jasa (customer contact personel) menaruh perhatian besar pada mereka dan berusaha membantu memecahkan masalah mereka secara spontan dan ramah.
3. *Accessibility and Flexibility*. Pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam operasi, karyawan dan sistem operasionalnya dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat mengakses jasa tersebut dengan mudah. Selain itu, juga dirancang dengan maksud agar dapat menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan secara luwes.
4. *Reliability and Trustworthiness*. Pelanggan memahami bahwa apapun yang terjadi atau telah disepakati, mereka bisa mengandalkan penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya dalam menentukan janji dan melakukan segala sesuatu dengan mengutamakan kepentingan pelanggan.

5. *Recovery*. Pelanggan menyadari bahwa bila terjadi kesalahan atau sesuatu yang tidak diharapkan dan tidak diprediksi, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari solusi yang tepat.
6. *Reputation and Credibility*. Pelanggan meyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai/imbalan yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan.

2.2.7 Dimensi/Pengukuran Kualitas Layanan

Ada beberapa pendapat mengenai kualitas pelayanan, antara lain Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) (*dalam* Tjiptono, 2007: 132) yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa. Kesepuluh faktor tersebut adalah:

1. *Reliability*, mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.
2. *Responsiveness*, yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
3. *Competence*, artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.

4. *Accessibility*, meliputi kemudahan untuk menghubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi, dan lain-lain.
5. *Courtesy*, meliputi sopan santun, *respect*, perhatian, dan keramahan yang dimiliki para kontak personal.
6. *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan pada bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
7. *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi kontak personal, dan interaksi dengan pelanggan.
8. *Security*, yaitu aman dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan finansial (*financial security*), dan kerahasiaan (*confidentially*).
9. *Understanding/Knowingthe Customer*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.
10. *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, atau penampilan dari personil.

Perkembangan selanjutnya, Zheitaml et al (*dalam* Ariani, 2009: 180) menyederhanakan sepuluh dimensi di atas menjadi lima dimensi pokok yang dikenal dengan SERVQUAL (*Service Quality*) yang terdiri dari:

1. Bukti fisik (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan. Diantaranya meliputi fasilitas fisik (gedung, buku, rak buku, meja, kursi, dan lain sebagainya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan). Allah SWT berfirman:

أَلْهَاكُمْ التَّكَاثُرُ (1) حَتَّى زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ (2) كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ (3) ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ (4) كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ (5)

Yang Artinya:

“Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, sampai kamu masuk ke dalam kubur. Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu) dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin.” (QS. At-Takaatsur: 1-5)

Tafsir dari ayat diatas yaitu kalian terlalu bermegah-megahan dengan harta dan anak, menumpuk hal-hal yang pasti binasa, dan melalaikan hal-hal yang akan kekal. Kalian kelak akan mengetahui bahwasanya akhirat itu lebih baik dan lebih kekal dari pada duniamu yang melalaikanmu itu. Dan kelak akan tampak jelas keburukan pilihanmu untuk mengutamakan dunia daripada akhirat dan mendahulukan hal-hal yang menyibukkanmu dari ketaatan kepada Allah itu. Tidak seharusnya kalian bersikap. Seandainya kalian menyadari dengan yakin bahwa akhirat itu ada, niscaya anak dan harta tidak akan melalaikanmu dari akhirat; harta dan kenikmatan duniawi tidak akan membuat kalian terbuai dan lalai dari berbekal diri dengan berbagai amal saleh.

Makna yang dapat ditarik dari surah At-Takaatsur ayat 1-5 yaitu hendaknya para pihak instansi tidak berlebih-lebihan atau tidak bermegah-megahan dalam melayani sehingga timbul kebingungan kepada para pengguna jasa dan memenuhi prasarana yang sesuai kebutuhan yang dibutuhkan oleh pengguna jasa.

2. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi. Sebagai seorang muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan/muamalah. Allah SWT telah berfirman:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ
الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Yang artinya:

"Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah." (QS. Al- Ahzab: 21).

Tafsir dari ayat diatas yaitu Wahai kaum mukmin, kalian bisa memperoleh suri tauladan yang baik dari Rasulullah SAW dengan cara mengikuti sunnahnya, menjalankan perintahnya, menjauhi larangannya, berhukum dengan syariatnya di dalam kehidupan kalian serta meneladani perkataan, perbuatan, dan sikapnya dalam segala kondisi yang kalian hadapi.

Makna yang dapat ditarik dari surah Al-Ahzab ayat 21 yaitu Rasulullah berani mengorbankan jiwanya untuk berperang dan terjun ke dalam kancha pertempuran dan sebagai pihak instansi yang bekerja pada bidang pelayanan hendaknya bertanggung jawab, sopan dan ramah, amanah dan handal dalam melakukan tugasnya dalam memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh pengguna jasa. Bila ini dijalankan dengan baik maka pengguna jasa merasa sangat dihargai.

3. Daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Mengabaikan dan membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dengan kualitas pelayanan. Sebagaimana terdapat dalam hadist Rasulullah SAW:

“Apabila amanat disia-siakan, maka tunggulah kehancurannya, berkata seseorang: bagaimana caranya menyia-nyiakan amanat Yaa Rasulullah? Rasulullah SAW bersabda: apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya” (HR. Bukhari)

Makna hadist diatas menjelaskan bahwa setiap manusia hendaknya tidak menyia-nyiakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya, dapat bekerja dengan keahlian yang baik sehingga tidak akan mengalami kehancuran. Ketika pihak instansi bekerja dalam memberika pelayanan dengan keahliannya (kompeten) maka akan bekerja dengan tanggap (cepat dan tepat) sehingga pengguna jasa akan memperoleh kepuasan.

4. Jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen, antara lain:
- a. Komunikasi (*communication*), yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengerti apa yang diinformasikan pegawai serta dengan cepat dan tanggap menyikapi keluhan dan komplain dari para pelanggan.
 - b. Kredibilitas (*credibility*), perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, believability atau sifat kejujuran, menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.
 - c. Keamanan (*security*), adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan mampu memberikan suatu jaminan kepercayaan.
 - d. Kompetensi (*competence*) yaitu keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dapat dilaksanakan dengan optimal.
 - e. Sopan santun (*courtesy*), dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jaminan akan kesopan-santunan yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.

Allah SWT telah berfirman sebagaimana yang termaktub dalam Q.S Al-Imran ayat 159.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Yang Artinya:

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu, kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkal kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.” (QS. Al-Imran: 159)

Tafsir dari ayat diatas maka disebabkan rahmat yang diberikan Allah SWT kepadamu dan belas kasih yang dijadikan Allah SWT di hatimu, kamu berlaku lembut, akrab, dan toleran terhadap kaum mukminin, sehingga kamu mau memaafkan kesalahan mereka dan menutupi kekurangan mereka. Seandainya kamu Wahai Muhammad SAW yang mulia keras dalam ucapan, kasar dalam perangai niscaya para sahabatmu akan pergi meninggalkanmu dan enggan membelamu. Hanya saja, karena akhlakmu yang baik, Allah SWT menyatukan semua hati mereka kepadamu, mempertautkan segala jiwa kepadamu.

Makna yang dapat ditarik dari surah Al-Imran ayat 159 yaitu jelas bahwa setiap manusia dituntun untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan. Apalagi dalam pelayanan mana bila pihak instansi tidak mampu memberikan rasa aman dan kelemahlembutan maka pengguna jasa akan

berpindah ke instansi kesehatan lain. Pihak instansi dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh-jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pengguna jasa agar pengguna jasa terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

5. Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Allah telah berfirman.

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

Yang artinya:

"Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran." (QS. An-Nahl : 90).

Tafsir dari ayat diatas yaitu Allah memerintahkan hamba-hamba-Nya untuk memenuhi hak Allah dengan sebaik-baiknya, yakni beribadah kepada-Nya dengan sesempurna mungkin dan mentaati-Nyal. Allah juga memerintahkan untuk berbuat baik dengan memberikan hal yang bermanfaat bagi mereka, seperti pertolongan, harta, dan bantuan yang sifatnya tidak wajib. Allah juga memerintahkan kepadan hamba-hambaNya agar bersilarruhim

kepada kerabat-kerabat dan berbuat baik kepada mereka, serta melarang mereka melakukan perbuatan-perbuatan yang buruk, juga melarang kekufuran dan maksiat, kezaliman terhadap orang lain, dan permusuhan.

Makna yang dapat ditarik dari surah An-Nahl ayat 90 yaitu adil artinya menempatkan sesuatu pada tempatnya dan memberikan hak kepada masing-masing yang mempunyai hak. Adil yang diperintahkan Allah ini dalam penerapannya dalam kualitas layanan yaitu hendaklah para pihak instansi melaksanakan kewajibannya secara sempurna kepada Allah dan memenuhi kewajibannya terhadap pengguna jasa.

Adapun parameter yang digunakan oleh peneliti yaitu sembilan dimensi kualitas layanan yang mencakup bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), sikap perhatian (*emphaty*), aksesibilitas (*accessibility*), budaya (*courtesy*), komunikasi (*communication*), dan kredibilitas (*credibility*). Alasan peneliti memilih sembilan kualitas layanan yang mencakup masih belum diteliti, sehingga peneliti mengambil sembilan dimensi kualitas layanan.

2.3 Konsep Kepuasan Pengguna Jasa

2.3.1 Pengertian Kepuasan

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat merasa

puas atau senang (Kotler, 2006: 177). Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerjanya melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011: 74) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkan kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai.

2.3.2 Pengertian Pengguna Jasa

Konsumen (Pengguna) adalah setiap orang yang menggunakan barang dan/ atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan (Suryani, 2003: 12).

Sedangkan jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Proses produksinya mungkin dan mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik (Saladin, 2004: 134).

Menurut Zeithaml dan Bitner (*dalam* Hurriyati, 2005:28) pengertian jasa adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian

fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud (*intangible*) bagi pembeli pertamanya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pengguna jasa adalah setiap orang yang menggunakan jasa yang tersedia yang ditawarkan oleh suatu pihak yang memberikan nilai tambah dan pada dasarnya tidak berwujud .

2.3.3 Pengertian Kepuasan Pengguna Jasa

Swan, et al. (*dalam* Tjiptono, 2008) mendefinisikan kepuasan pengguna jasa sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relative bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan/pemakaiannya.

Menurut Kotler (2007: 177) kepuasan pengguna jasa adalah hasil yang dirasakan oleh pengguna jasa yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Pengguna jasa merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui. Pengguna jasa yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, kurang peka terhadap perubahan harga dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan. Dalam rangka menciptakan kepuasan pengguna, jasa yang ditawarkan organisasi/perusahaan harus berkualitas. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran jasa yang menghasilkan manfaat bagi pengguna jasa.

Customer Satisfaction adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil suatu produk/jasa) dan harapan-harapannya, dengan kata lain kepuasan sebagai evaluasi paska konsumsi dimana suatu alternative yang dipilih setidaknya

memenuhi atau melebihi harapan (Kotler, 2009). Memuaskan konsumen tidak hanya berarti memberikan tambahan produk atau jasa, pelayanan atau sistem yang digunakan (Kotler dan Keller, 2008). Pengguna yang merasa puas adalah konsumen yang menerima nilai tambah yang lebih dari perusahaan.

2.3.4 Parameter Kepuasan Pengguna Jasa

Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kualitas pelayanan dikurangi harapan pelanggan (Zaithmal dan Bitner, 2008) dengan kata lain pengukuran kepuasan konsumen dirumuskan sebagai berikut:

1. *Service Quality < Expectation*

Bila ini terjadi, dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan buruk. Selalu tidak memuaskan juga tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Jika service quality yang diberikan perusahaan lebih kecil dari expectation pelanggan, maka akan mengakibatkan ketidakpuasan terhadap pelanggan.

2. *Service Quality = Expectation*

Bila ini terjadi dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak ada keistimewaan. Jika nilai kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sama dengan harapan pelanggan, maka muncul kepuasan yang bisa diinginkan pelanggan.

3. *Service Quality > Expectation*

Bila ini terjadi dapat dikatakan bahwa pelanggan merasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak hanya dengan kebutuhan, namun sekaligus memuaskan dan menyenangkan. Jika kualitas pelayanan lebih besar dari harapan yang diinginkan pelanggan, akan membuat kepuasan pelanggan

sangat luar biasa. Pelayanan ketiga ini disebut pelayanan prima (*excellent service*) yang selalu diharapkan oleh pelanggan.

2.3.5 Ciri-Ciri Pengguna yang Merasa Puas

Menurut Kotler (2000: 89) ciri-ciri pengguna yang merasa puas adalah sebagai berikut:

1. Loyal terhadap produk dan jasa.

Pengguna yang merasa puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang atau menggunakan jasa dari perusahaan yang sama.

2. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif.

Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon pengguna lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan jasa dari perusahaan.

3. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika menggunakan merek lain.

Ketika pengguna ingin membeli produk lain atau menggunakan jasa lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepada pengguna tersebut akan menjadi pertimbangan yang utama.

2.3.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Jasa

Karena kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan, maka sebagai pemasok produk perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Zeithaml et al (*dalam* Irawan, 2009: 40) terdapat empat faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pengguna, yaitu sebagai berikut:

1. Apa yang didengar pelanggan dari pelanggan lainnya (*word of mouth communication*). Dimana hal ini merupakan faktor potensial yang menentukan ekspektasi pengguna. Sebagai contoh, seorang pengguna jasa memiliki perusahaan yang diharapkan dapat memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi berdasarkan rekomendasi teman-teman atau tetangganya.
2. Ekspektasi pengguna sangat bergantung dari karakteristik individu yaitu kebutuhan pribadi (*personel needs*).
3. Pengalaman masa lalu (*past experience*) dalam menggunakan pelayanan dapat juga mempengaruhi tingkat ekspektasi pengguna jasa.
4. Komunikasi dengan pihak eksternal (*external communication*) dari pemberi layanan memainkan peranan kunci dalam membentuk ekspektasi pengguna. Berdasarkan *external communication*, perusahaan pemberi layanan dapat memberikan pesan-pesan secara langsung maupun tidak langsung kepada penggunanya. Sebagai contoh dari pengaruh adanya *external communication* adalah harga dimana biaya pelayanan sangat berperan penting dalam membentuk ekspektasi pengguna.

Menurut pendapat Budiastuti (2002) mengemukakan bahwa pengguna jasa dalam mengevaluasi kepuasan terhadap jasa pelayanan yang diterima mengacu pada beberapa faktor, antara lain:

1. Kualitas Produk atau Jasa.

Pasien akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk atau jasa yang digunakan berkualitas. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk atau jasa dipengaruhi oleh dua hal yaitu kenyataan kualitas

produk atau jasa yang sesungguhnya dan komunikasi perusahaan terutama iklan dalam mempromosikan rumah sakitnya.

2. Kualitas Pelayanan.

Memegang peranan penting dalam industri jasa. Pelanggan dalam hal ini pasien akan merasa puas jika memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

3. Faktor Emosional.

Pasien yang merasa bangga dan yakin bahwa orang lain kagum terhadap konsumen bila dalam hal ini pasien memilih rumah sakit yang sudah mempunyai pandangan “rumah sakit mahal”, cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4. Harga.

Harga merupakan aspek penting, namun yang terpenting dalam penentuan kualitas guna mencapai kepuasan pasien. Meskipun demikian elemen ini mempengaruhi pasien dari segi biaya yang dikeluarkan, biasanya semakin mahal harga perawatan maka pasien mempunyai harapan yang besar. Sedangkan rumah sakit yang berkualitas sama tetapi berharga murah, memberi nilai yang lebih tinggi pada pasien.

5. Biaya.

Mendapatkan produk atau jasa, pasien yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan jasa pelayanan, cenderung puas terhadap jasa pelayan tersebut.

Adapun parameter yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur kepuasan pengguna jasa yaitu yaitu $Service\ Quality < Expectation, Service\ Quality = Expectation, Service\ Quality > Expectation$. Alasan peneliti memilih ketiga pengukuran tersebut dikarenakan pengukuran tersebut sesuai dengan kondisi lapangan/masyarakat dalam mengukur tingkat kepuasan.

2.4 Kerangka Berfikir

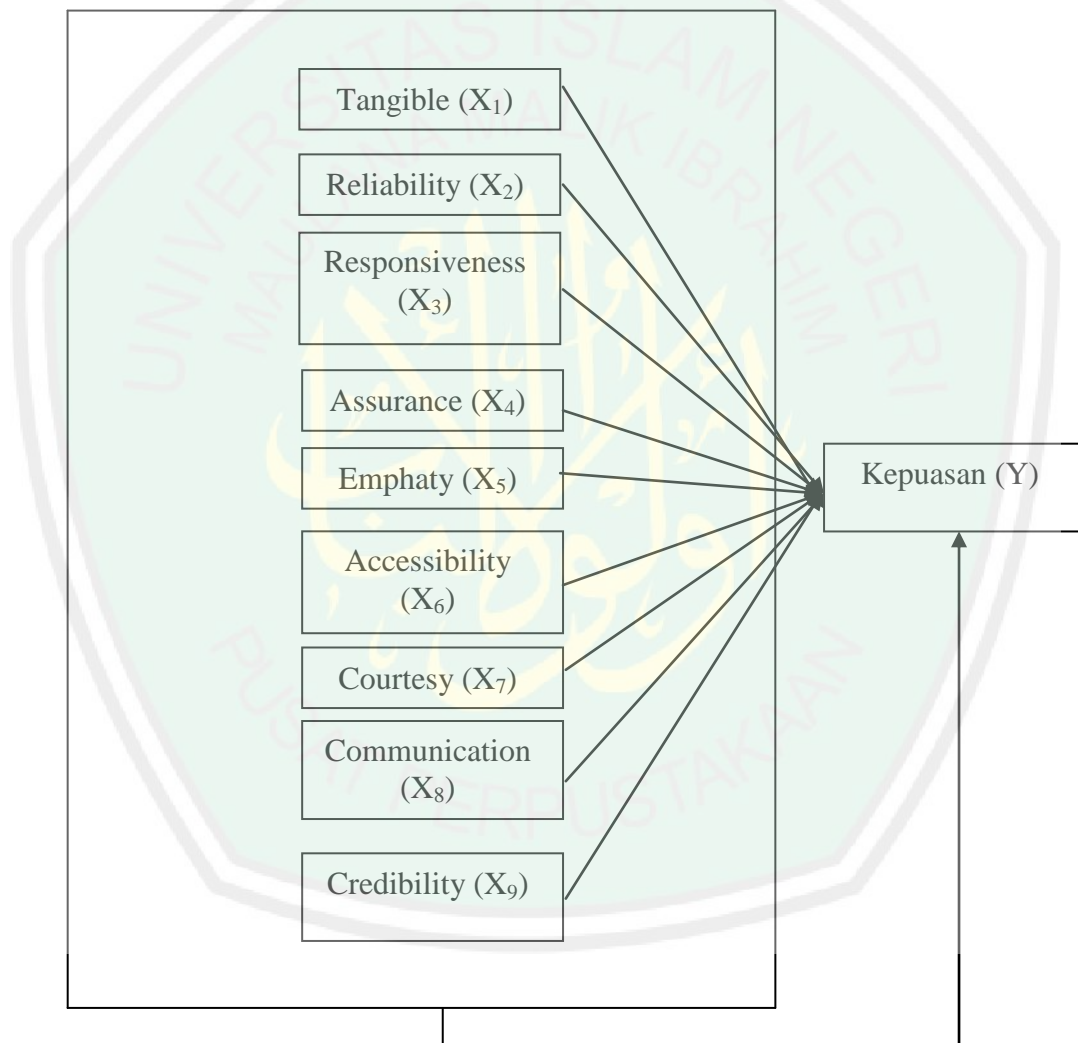
Kerangka berfikir merupakan sebuah sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran secara sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang diterapkan (Hamid, 2007: 27).

Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel. Kerangka berfikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2008:88).

Alur kerangka pemikiran yang menggambarkan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Kualitas dalam penelitian ini meliputi; bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), aksesibilitas (*accessibility*), budaya (*courtesy*), komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*). Dimana model analisis yang digunakan adalah model analisis faktor yang bertujuan untuk melihat berapa banyak dimensi kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit di kota Makassar.

Dalam penelitian ini dimensi yang terbentuk nanti merupakan gambaran bahwa dimensi-dimensi tersebut sangat mempengaruhi kepuasan pada pengguna jasa rumah sakit.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir Penelitian



2.5 Hipotesis Penelitian

Menurut Umar (2003: 67) hipotesis adalah pernyataan sementara yang perlu dibuktikan benar atau tidak. Sedangkan Wibisono (2003: 33) menjelaskan bahwa hipotesis adalah proposal yang belum terbukti atau alternative pemecahan masalah yang mungkin dari sebuah permasalahan. Hipotesis merupakan sekumpulan alternative jawaban yang mungkin terhadap pernyataan penelitian.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis adalah pernyataan sementara sebagai alternative jawaban sementara yang mungkin terhadap pernyataan penelitian. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini:

1. Ada pengaruh signifikan antara kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan pengguna jasa.
2. Ada pengaruh signifikan antara (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, emphaty, accessibility, courtesy, communication, credibility*) secara parsial terhadap kepuasan pengguna jasa.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, yang mengacu pada aliran positivisme atau suatu kegiatan yang memiliki hasil yang berupa kesimpulan yang memiliki sifat jelas dan pasti. Pada umumnya, penelitian ini dilakukan dengan pembuktian hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2011: 55). Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menemukan atau memperoleh sebuah konfirmasi mengenai hubungan sebab-akibat yang bias digunakan untuk memprediksi pola-pola umum dari gejala sosial tertentu.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di rumah sakit di Kota Makassar. Alasan peneliti mengambil lokasi tersebut karena di Kota Makassar terdapat 33 rumah sakit yang sebagian besar adalah rumah sakit yang besar yang memiliki pelayanan yang lengkap. Karena layanannya yang lengkap maka peneliti akan meneliti kualitas dari layanan yang disampaikan pihak rumah sakit kepada para pengguna jasa rumah sakit.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Sanusi (2011: 87), populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat

kesimpulan. Kumpulan elemen menunjukkan jumlah, sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan tersebut. Menurut Sugiyono (2011: 115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini orang yang menggunakan jasa rumah sakit.

2. Sampel

Di dalam suatu penelitian, peneliti tidak perlu meneliti semua individu di dalam populasi karena akan memerlukan waktu, biaya dan tenaga yang besar. Dengan meneliti sebagian dari populasi tersebut, diharapkan dapat menggambarkan hasil yang sesungguhnya dari populasi. Menurut Sugiyono (2009: 81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan menurut Sanusi (2011: 87) sampel adalah bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih.

Dalam penelitian ini peneliti tidak mendapatkan data dengan jelas tentang jumlah populasi, sehingga untuk menentukan ukuran sampel peneliti berpedoman pada pendapat yang dikemukakan oleh Malhotra (2006: 291) paling sedikit harus empat atau lima kali dari jumlah item pertanyaan. Dalam penelitian ini terdapat 42 item pertanyaan. Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 210 sampel (42 item pertanyaan x 5).

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik penarikan sampel non probability sampling, karena dalam penelitian ini tidak memungkinkan dibuat

kerangka sampling (*sampling frame*). Kerangka *sampling* adalah daftar dari semua *sampling* dalam populasi *sampling* (Singarimbun, 1995: 108). Sedangkan, pendekatan teknik penarikan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Karena besar populasi tidak dapat diketahui secara pasti berapa jumlahnya, oleh karena itu sulit mencari berapa jumlah populasi yang tepat (Arikunto, 2006: 109).. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini secara teknis dilakukan oleh peneliti dengan membagikan kuesioner di Rumah Sakit di Kota Makassar kepada para pengguna jasa. Pengguna jasa yang dimaksud disini adalah orang yang menggunakan fasilitas (sarana dan prasana) di rumah sakit tersebut.

3.5 Data dan Jenis Data

Data adalah hasil pencatatn peneliti, baik yang berupa fakta atau angka. Data adalah segala faktor dan angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi, sedangkan informasi adalah hasil pengolahan data yang dipakai untuk suatu keperluan (Arikunto, 2006: 129). Menurut Sugiyono (2003:14) terdapat beberapa data pada penelitian antara data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Sedangkan data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar.

Dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yang dimana peneliti akan menguji dimensi kualitas layanan yang disampaikan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

3.6 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian digolongkan menjadi data primer dan data sekunder yang diklasifikasikan sebagai berikut (Azwar, 2009: 91). Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti yaitu jawaban dari responden yang diberikan melalui kuesioner., seperti diungkapkan oleh Schiffman dan Kanuk (2004: 21) bahwa data primer merupakan data sesungguhnya yang diperoleh dengan melakukan riset yang dilakukan para peneliti perorangan atau organisasi untuk memenuhi tujuan khusus. Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Seperti yang dikatakan oleh Schiffman dan Kanuk (2004: 21) bahwa informasi sekunder adalah setiap data yang pada awalnya dihasilkan untuk tujuan tertentu yang berbeda dengan tujuan riset yang sekarang.

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data primer diperoleh dari pembagian kuesioner secara langsung yang berupa pertanyaan mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah *survey*. Menurut Arikunto (2006: 108) pendekatan *survey* yaitu mengumpulkan data sebanyak-banyaknya kemudian menganalisis sedangkan menurut Masyhuri dan Zainuddin (2008: 34) mengatakan bahwa metode *survey* adalah penyelidikan yang diadakan

untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi social, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok atau suatu daerah. Begitu juga menurut Wibisono (2000: 19) mengatakan bahwa *survey* merupakan teknik riset di mana informasi dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner.

3.8 Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah suatu konsep yang mempunyai variasi nilai dengan klasifikasi tertentu dan dapat pula diartikan segala sesuatu yang akan dijadikan obyek pengamatan penelitian. Sugiyono (2008: 38) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut dari obyek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Berikut ini merupakan tabel 3.1 yang menyajikan rangkuman dan definisi operasional variabel.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
Kualitas Layanan (X)	Tangible	Meliputi bukti fisik, petugas, dan perlengkapan yang dimiliki oleh pihak Rumah Sakit.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan jenis pelayanan kesehatan. 2. Kebersihan lingkungan rumah sakit secara keseluruhan. 3. Kebersihan kamar mandi 4. Penampilan para petugas. 5. Kelengkapan fasilitas umum. 6. Fasilitas tempat parkir.
	Reliability	Merupakan	1 Dokter salah dalam

		kemampuan para petugas rumah sakit (dokter, perawat, apoteker, bagian administrasi, dan customer service) untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan akurat dan memuaskan.	<p>melakukan pemeriksaan dan pemberian resep.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2 Apoteker tidak salah dalam memberikan obat. 3 Administrasi yang tidak melakukan kesalahan dalam bertransaksi. 4 Customer service yang mampu memberikan informasi dengan jelas.
	Responsiveness	Tingkat kecepatan para petugas rumah sakit dalam melayani pengguna jasa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dokter yang cepat dan tanggap dalam melayani pengguna jasa rumah sakit. 2. Perawat yang cepat dan tanggap dalam melayani pengguna jasa rumah sakit. 3. Apoteker yang cepat dan tanggap dalam melayani pengguna jasa rumah sakit. 4. Bagian administrasi yang cepat dan tanggap 5. Customer service yang cepat dan tanggap dalam melayani keluhan.
	Assurance	Aman dari bahaya, resiko, dan keraguan. Yaitu aman secara fisik, secara finansial, dan data dapat dijamin kerahasiaannya oleh petugas rumah sakit.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dokter yang tepat dalam memberikan resep sesuai penyakit. 2. Apoteker yang tepat dalam memberikan obat sesuai resep. 3. Administrasi yang tepat dan teliti dalam menghitung transaksi.
	Emphaty	Meliputi komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemenuhan atau kebutuhan individual para petugas rumah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan perhatian individual. 2. Mampu berkomunikasi dengan baik. 3. Mampu memenuhi kebutuhan yang

		sakit kepada para pengguna jasa.	diinginkan pengguna jasa.
	Accessibility	Lokasi, fasilitas jasa rumah sakit yang mudah dijangkau, serta saluran komunikasi rumah sakit yang mudah dihubungi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi strategis. 2. Mudah dijangkau transportasi umum. 3. Komunikasi mudah dengan pihak rumah sakit.
	Courtesy	Sopan santun dan sikap menghargai yang dimiliki oleh petugas rumah sakit.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perilaku sopan terhadap pengguna jasa rumah sakit. 2. Perilaku santun terhadap pengguna jasa rumah sakit. 3. Perilaku ramah terhadap pengguna jasa rumah sakit. 4. Sikap menghargai kepada pengguna jasa rumah sakit
	Communication	Penyampaian informasi petugas rumah sakit kepada pengguna jasa dengan baik.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah diajak dalam berkomunikasi. 2. Menyampaikan informasi dengan jelas.
	Credibility	Sifat jujur dan dapat dipercaya pada diri para petugas rumah sakit.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jujur dalam memberikan pelayanan. 2. Jujur dalam memberikan pengobatan 3. Jujur dalam bertransaksi.
Kepuasan (Y)	Kepuasan Pengguna Jasa	Kepuasan pengguna jasa merupakan jasa yang mampu memberikan nilai lebih dari pada yang diharapkan oleh pengguna jasa tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan dan kebersihan fasilitas rumah sakit secara umum dan kerapihan petugas rumah sakit 2. Kemampuan para petugas rumah sakit sesuai dengan harapan atau ekspektasi pengguna jasa. 3. Daya tanggap petugas rumah sakit dalam melakukan pelayanan sesuai dengan harapan

			<p>atau ekspektasi pengguna jasa.</p> <p>4. Jaminan yang diberikan petugas rumah sakit sesuai dengan harapan dan ekspektasi pengguna jasa.</p> <p>5. Sikap empati para petugas rumah sakit sesuai dengan harapan atau ekspektasi pengguna jasa</p> <p>6. Kemudahan dalam menjangkau rumah sakit sesuai dengan harapan atau ekspektasi pengguna jasa.</p> <p>7. Sikap sopan, santun, ramah dan menghargai petugas rumah sakit sesuai dengan harapan atau ekspektasi pengguna jasa.</p> <p>8. Komunikasi yang dilakukan para petugas rumah sakit sesuai dengan harapan atau ekspektasi pengguna jasa.</p> <p>9. Sifat jujur dan dapat dipercaya para petugas rumah sakit sesuai dengan harapan atau ekspektasi pengguna jasa.</p>
--	--	--	---

Sumber : Saleh (2010: 103)

3.9 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat Sembilan variabel, bukti fisik (*Tangible*), kehandalan (*Reliability*), tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), perhatian (*Empathy*), aksesibilitas (*Accessibility*), budaya (*Courtesy*), komunikasi (*Communication*), kredibilitas (*Credibility*) serta satu variabel terikat

yaitu kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Untuk mengukur kesepuluh variabel tersebut digunakan instrument pengukur yang berupa pernyataan dari masing-masing indicator untuk tiap-tiap variabel yang diajykan kepada responden melalui kuesioner. Jawaban dari tiap pernyataan dihitung dengan cara menjumlahkan angka-angka dari pernyataan, sehingga jawaban yang berada pada posisi sama akan menerima secara konsisten nilai angka yang juga sama. Dalam penelitian ini menggunakan pernyataan yang nantinya akan dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomenan social (Sugiyono, 2011: 94). Skala Likert mempunyai skala jawaban antara 1-5 adalah :

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

No.	Keterangan	Uraian	Nilai
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2011: 94)

3.9.1 Uji Instrumen

3.9.1.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur untuk mengukur apa yang diukur (Arikunto, 1998: 162). Menurut Sugiyono (2013: 78) jika korelasi diatas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut

valid dan sebaliknya apabila di bawah 0,30 maka butir instrument tersebut tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dibuang.

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r= koefisien korelasi

n= banyaknya sampel

X= skor item

Y= skor item Y

3.9.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama di lain kesempatan. Konsistensi disini, berarti kuesioner disebut konsisten jika digunakan untuk mengukur konsep dari suatu kondisi ke kondisi yang lain. Pada program SPSS, metode ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, dimana kuesioner dikatakan reliable jika nilai *Croanbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Rumus yang digunakan untuk Croanback Alpha adalah

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right]$$

Keterangan:

rn= reliabilitas instrument

k= banyaknya butir pertanyaan

ob^2 = jumlah varians butir

ot^2 = total varian

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. *Repeated Measure* atau pengukuran ulang. Disini seorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
2. *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi atau jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan *Cronbach Alpa* > 0,60.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Item	Pearson Correlation (r)	Sig	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1.1	0.885	0.000	Valid	0.813	Reliabel
X1.2	0.922	0.000	Valid		Reliabel
X1.3	0.894	0.000	Valid		Reliabel
X1.4	0.846	0.000	Valid		Reliabel
X1.5	0.903	0.000	Valid		Reliabel
X1.6	0.875	0.000	Valid		Reliabel
X2.1	0.921	0.000	Valid	0.847	Reliabel
X2.2	0.938	0.000	Valid		Reliabel
X2.3	0.946	0.000	Valid		Reliabel
X2.4	0.892	0.000	Valid		Reliabel
X3.1	0.912	0.000	Valid	0.830	Reliabel
X3.2	0.939	0.000	Valid		Reliabel
X3.3	0.944	0.000	Valid		Reliabel
X3.4	0.896	0.000	Valid		Reliabel
X3.5	0.931	0.000	Valid		Reliabel
X4.1	0.962	0.000	Valid	0.880	Reliabel
X4.2	0.968	0.000	Valid		Reliabel
X4.3	0.954	0.000	Valid		Reliabel

X5.1	0.937	0.000	Valid	0.882	Reliabel
X5.2	0.973	0.000	Valid		Reliabel
X5.3	0.955	0.000	Valid		Reliabel
X6.1	0.924	0.000	Valid	0.868	Reliabel
X6.2	0.916	0.000	Valid		Reliabel
X6.3	0.901	0.000	Valid		Reliabel
X7.1	0.955	0.000	Valid	0.853	Reliabel
X7.2	0.964	0.000	Valid		Reliabel
X7.3	0.953	0.000	Valid		Reliabel
X7.4	0.943	0.000	Valid		Reliabel
X8.1	0.977	0.000	Valid	0.928	Reliabel
X8.2	0.965	0.000	Valid		Reliabel
X9.1	0.962	0.000	Valid	0.883	Reliabel
X9.2	0.973	0.000	Valid		Reliabel
X9.3	0.973	0.000	Valid		Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2017.

3.10 Analisis Data

3.10.1 Uji Asumsi Klasik

Menurut Supramono dan Haryanto (2005: 87) menyatakan bahwa sebelum melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, data perlu terlebih dahulu diuji agar memenuhi kriteria *best linear unbiased estimator* (BLUE) sehingga dapat menghasilkan parameter penduga yang sah. Model regresi yang baik harus memenuhi uji asumsi klasik. Pemenuhan tersebut dimaksudkan agar dalam pengerjaan model regresi tidak menemukan masalah-masalah statistic. Selain itu, model regresi yang dihasilkan dapat memenuhi standar statistic sehingga parameter yang diperoleh logis dan masuk akal (Gani & Amalia, 2015: 123). Untuk itu berikut uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini:

1. Normalitas

Uji Normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilihat dengan penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik (Ghazali, 2012: 160). Dasar pengambilan keputusannya: Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

H_0 : Data residual berdistribusi normal.

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal.

2. Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2005: 91) uji multikolinieritas bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya bebas multikolinieritas. Terdapat atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF (*variance inflation factor*) jika VIF disekitar angka 1 dan tidak melebihi angka 10. Adanya multikolinieritas sempurna akan berakibat koefisien regresi tidak dapat ditentukan serta standar deviasi akan menjadi tidak terhingga jika multikolinieritas kurang sempurna maka koefisien regresi meskipun terhingga akan mempunyai standar deviasi yang besar yang berarti pula koefisien-koefisiannya tidak dapat ditaksir dengan mudah.

3. Autokorelasi

Salah satu asumsi yang harus dipenuhi persamaan model regresi adalah bebas autokorelasi. Uji asumsi ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Menurut Ghazali (2005: 96) untuk mengetahui ada tidaknya korelasi pada penelitian ini digunakan uji Durbin – Watson (DW-Test). Model regresi dinyatakan bebas autokorelasi jika harga DW memenuhi kriteria $DU < DW < 4-DU$.

3.10.2 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Maka dalam penelitian ini regresinya sebagai berikut (Sugiyono, 2005: 250)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

Keterangan:

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel bebas ke-1

X_1 = Tangible

X_2 = Reliability

X_3 = Responsiveness

X_4 = Assurance

X_5 = Emphaty

X_6 = Accessibility

X_7 = Courtesy

X8 = Communication

X9 = Credibility

e = Standar *error*

3.10.3 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui hipotesis yang diajukan bermakna atau tidak, maka digunakan perhitungan uji statistic, sebagai berikut:

1. Uji F (Uji simultan)

Uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2005: 250), dinyatakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

F = Harga

R = Koefisien korelasi berganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Banyaknya sampel

adapun langkah-langkah uji F atau uji simultan adalah :

a. Perumusan Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya pngeruh secara simultan variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Dimana hipotesis nol (H_0) yaitu hipotesis tentang tidak adanya pengaruh, umumnya diformulasikan untuk ditolak. Sedangkan hipotesis alternative (H_a)

merupakan hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini. Masing-masing hipotesis tersebut dijabarkan sebagai berikut:

H_0 : Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa.

H_a : Variabel kualitas pelayanan ada pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa.

b. Taraf Signifikansi

Taraf signifikansi yang digunakan adalah 5% (0,05).

c. Menentukan Uji F-Tabel

Derajat Bebas Pembilang (df1) = k-1

k = Jumlah variabel bebas dan terikat

Derajat Bebas Penyebut (df2) = n-k

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel bebas dan terikat

d. Menghitung Uji F-hitung

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

Keterangan :

R^2 : Koefisien determinasi gabungan

k ; Jumlah variabel bebas

n ; jumlah sampel

e. Kriteria Pengambilan Keputusan

1) $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima, ini berarti tidak terdapat pengaruh simultan oleh variabel X dan Y.

2) $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, ini berarti terdapat pengaruh simultan oleh variabel X dan Y.

2. Uji t (Uji parsial)

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

Keterangan:

r : Korelasi produk momen

n : Jumlah responden

Dalam hal ini, variabel bebas terdiri dari *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4), *Emphaty* (X_5), *Accessibility* (X_6), *Courtesy* (X_7), *Communication* (X_8), *Credibility* (X_9) sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan pengguna jasa (Y). Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut:

a. Perumusan Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). di mana hipotesis nol (H_0) adalah hipotesis tentang tidak adanya pengaruh, sedangkan hipotesis alternative (H_a) merupakan hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini.

Masing-masing hipotesis tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1) H_0 : Variabel *Tangible* (X_1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y).

H_a : Variabel *Tangible* (X_1) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y).

- 2) H_0 : Variabel *Reliability* (X_2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y).
 H_a : Variabel *Reliability* (X_2) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y).
- 3) H_0 : Variabel *Responsiveness* (X_3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y).
 H_a : Variabel *Responsiveness* (X_3) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y).
- 4) H_0 : Variabel *Assurance* (X_4) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y).
 H_a : Variabel *Assurance* (X_4) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y).
- 5) H_0 : Variabel *Emphaty* (X_5) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y).
 H_a : Variabel *Emphaty* (X_5) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y).
- 6) H_0 : Variabel *Accessibility* (X_6) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y).
 H_a : Variabel *Accessibility* (X_6) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y).
- 7) H_0 : Variabel *Courtesy* (X_7) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y).

H_a : Variabel *Courtesy* (X_7) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y).

8) H_0 : Variabel *Communication* (X_8) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y).

H_a : Variabel *Communication* (X_8) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y).

9) H_0 : Variabel *Credibility* (X_9) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y).

H_a : Variabel *Credibility* (X_9) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa

b. Menentukan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5% (0,05).

c. Menentukan t-Tabel

Derajat Bebas (df) = n-k

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel bebas dan terikat

d. Menghitung Uji t-hitung

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r \sqrt{n - k - 2}}{1 - r^2}$$

Keterangan:

r : korelasi parsial

k : jumlah variabel bebas

n : jumlah sampel

e. Kriteria Pengambilan Keputusan

- 1) Probabilitas $< 0,05 = H_0$ ditolak dan H_a diterima
- 2) Probabilitas $> 0,05 = H_0$ diterima dan H_a ditolak
- 3) $T_{hitung} > T_{tabel} = H_0$ ditolak dan H_a diterima
- 4) $T_{hitung} < T_{tabel} = H_0$ diterima dan H_a ditolak



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Karakteristik Responden Secara Umum

Karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi menjadi empat kategori, yaitu jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan pekerjaan. Hal ini dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai identitas responden. Selain itu dalam penelitian ini, jumlah kuesioner yang disebar secara online oleh peneliti melalui google docs. kepada responden sebanyak 248 untuk Rumah Sakit Umum dan sebanyak 143 untuk Rumah Sakit Khusus. Dari total 248 kuesioner yang disebar secara online pada Rumah Sakit Umum terdapat 38 yang cacat dan pada Rumah Sakit Khusus terdapat 42 yang cacat dan tidak layak, sehingga yang digunakan oleh peneliti sebanyak 210 untuk Rumah Sakit Umum sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan oleh peneliti dan 101 untuk Rumah Sakit Khusus. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.1 dan 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Penyebaran Kuesioner Rumah Sakit Umum

Keterangan	Total	Persentase
Kuesioner yang kembali	248	100%
Kuesioner yang tidak layak	38	15%
Kuesioner yang digunakan dalam pengolahan data	210	85%

Sumber: Data primer diolah, 2017.

Tabel 4.2
Penyebaran Kuesioner Rumah Sakit Khusus

Keterangan	Total	Persentase
Kuesioner yang kembali	143	100%
Kuesioner yang tidak layak	42	29%
Kuesioner yang digunakan dalam pengolahan data	101	71%

Sumber: Data primer diolah, 2017.

Selanjutnya, karakteristik responden atau subjek dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan rumah sakit tempat berobat. Tujuan dari pengelompokkan responden ini adalah untuk mengetahui profil setiap responden yang dijadikan sampel penelitian. Adapun gambaran profil responden dari hasil penyebaran kuesioner dapat disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Rumah Sakit Umum

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	66	31%
Perempuan	144	69%
Total	210	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017.

Berdasarkan Tabel 4.3 karakteristik responden yang menunjukkan jenis kelamin paling dominan dalam penelitian ini adalah perempuan yakni sebesar 144 orang dengan persentase 69% kemudian laki-laki yakni sebesar 66 orang dengan persentase 31%, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah responden yang berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Rumah Sakit Khusus

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	26	26%
Perempuan	75	74%
Total	101	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017.

Berdasarkan Tabel 4.4 karakteristik responden yang menunjukkan jenis kelamin paling dominan dalam penelitian ini adalah perempuan yakni sebesar 75 orang dengan persentase 74% kemudian laki-laki yakni sebesar 26 orang dengan persentase 26%, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah responden yang berjenis kelamin perempuan.

Kemudian karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat melalui tabel 4.5 dan 4.6 berikut ini:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Pada Rumah Sakit Umum

Umur	Frekuensi	Persentase
15-25	46	22%
26-35	108	51%
36-45	29	14%
46-55	19	9%
>55	8	4%
Total	210	100

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Berdasarkan Tabel 4.5 karakteristik responden yang menunjukkan umur paling dominan dalam penelitian ini adalah antara 26-35 tahun yakni sebesar 108 orang dengan persentase 51%, kemudian yang berumur antara 15-25 tahun sebesar 46 orang dengan persentase 22%, yang berumur antara 36-45 tahun

sebesar 29 orang dengan persentase 14%, dan yang berumur antara 46-55 sebesar 19 orang dengan persentase 9%, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah responden yang memiliki umur antara 26-35 tahun.

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Pada Rumah Sakit Khusus

Umur	Frekuensi	Persentase
15-25	24	24%
26-35	49	48%
36-45	16	16%
46-55	5	5%
>55	7	7%
Total	101	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Berdasarkan Tabel 4.6 karakteristik responden yang menunjukkan umur paling dominan dalam penelitian ini adalah antara 26-35 tahun yakni sebesar 49 orang dengan persentase 48%, kemudian yang berumur antara 15-25 tahun sebesar 24 orang dengan persentase 24%, yang berumur antara 36-45 tahun sebesar 16 orang dengan persentase 16%, dan yang berumur antara >55 sebesar 7 orang dengan persentase 7%, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah responden yang memiliki umur antara 26-35 tahun.

Kemudian karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat melalui tabel 4.7 dan 4.8 berikut ini:

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Pada Rumah Sakit Umum

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pegawai BUMN	12	6%
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	95	45%
Pegawai Swasta	27	13%
Wiraswasta/Wirausaha	33	16%
Mahasiswa/Pelajar	43	20%
Total	210	100

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan yang dominan dalam penelitian ini adalah Pegawai Negeri Sipil (PNS) yakni sebanyak 95 orang dengan persentase 45%, diikuti oleh Mahasiswa/Pelajar sebanyak 43 orang dengan persentase 20%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata jenis pekerjaan dari responden dalam penelitian ini adalah Pegawai Negeri Sipil (PNS).

Tabel 4.8
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Pada Rumah Sakit Khusus

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pegawai BUMN	4	4%
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	43	42%
Pegawai Swasta	15	15%
Wiraswasta/Wirausaha	17	17%
Mahasiswa/Pelajar	22	22%
Total	101	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan yang dominan dalam penelitian ini adalah Pegawai Negeri Sipil (PNS) yakni sebanyak 43 orang dengan persentase 42%, diikuti oleh

Mahasiswa/Pelajar sebanyak 22 orang dengan persentase 22%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata jenis pekerjaan dari responden dalam penelitian ini adalah (PNS).

Kemudian karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat melalui tabel 4.9 dan 4.10 berikut ini.

Tabel 4.9
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Pada Rumah Sakit Umum

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SD-SMA	45	21%
Diploma	8	4%
S-1	71	34%
S-2	61	29%
S-3	25	12%
Total	210	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yang dominan dalam penelitian ini adalah tingkat S-1 yakni sebanyak 71 orang dengan persentase 34%, diikuti oleh tingkat S-2 sebanyak 61 orang dengan persentase 29%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata pendidikan terakhir dari responden dalam penelitian ini adalah tingkat S-1

Tabel 4.10
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Pada Rumah Sakit Khusus

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SD-SMA	23	23%
Diploma	4	4%
S-1	36	36%
S-2	27	27%
S-3	11	11%
Total	101	100%

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yang dominan dalam penelitian ini adalah tingkat S-1 yakni sebanyak 36 orang dengan persentase 36%, diikuti oleh tingkat S-2 sebanyak 27 orang dengan persentase 27%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata pendidikan terakhir adalah tingkat S-1.

4.1.2 Gambaran Umum Variabel

Untuk melihat tanggapan responden terhadap indikator-indikator dan juga perhitungan skor bagi variabel kualitas layanan yang terdiri dari sembilan, yakni *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4), *Empathy* (X_5), *Accessibility* (X_6), *Courtesy* (X_7), *Communication* (X_8), *Credibility* (X_9) dapat diuraikan sebagai berikut :

1. *Tangible* (X_1)

Gambaran distribusi variabel *Tangible* (X_1) terdiri dari beberapa item, antara lain Kelengkapan jenis pelayanan kesehatan ($X_{1.1}$), Kebersihan lingkungan rumah sakit secara keseluruhan ($X_{1.2}$), Kebersihan kamar mandi ($X_{1.3}$), Penampilan para petugas ($X_{1.4}$), Kelengkapan fasilitas umum ($X_{1.5}$), Fasilitas tempat parkir ($X_{1.6}$).

Tabel 4.11
Frekuensi item variabel *Tangible* (X_1) Pada Rumah Sakit Umum

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
X _{1.1}	Rumah sakit memiliki pelayanan kesehatan yang lengkap.	77%
X _{1.2}	Rumah sakit memiliki lingkungan yang bersih.	76%
X _{1.3}	Rumah sakit memiliki kamar mandi yang bersih.	71%
X _{1.4}	Para petugas rumah sakit memiliki penampilan yang rapi.	79%

X _{1.5}	Rumah sakit memiliki fasilitas umum yang lengkap.	73%
X _{1.6}	Rumah sakit memiliki fasilitas tempat parkir yang rapi dan teratur.	74%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable *Tangible* (X₁) pada item X_{1.4}, sebagian besar responden yaitu sebesar 79% menyatakan setuju bahwa Para petugas rumah sakit memiliki penampilan yang rapi. Pada item X_{1.1}, sebagian besar responden yaitu sebesar 77% menyatakan setuju bahwa Rumah sakit memiliki pelayanan kesehatan yang lengkap.. Pada item X_{1.2}, sebagian besar responden yaitu sebesar 76% menyatakan setuju Rumah sakit memiliki lingkungan yang bersih. Pada item X_{1.6}, sebagian besar responden yaitu sebesar 74% menyatakan setuju bahwa Rumah sakit memiliki fasilitas tempat parkir yang rapi dan teratur.. Pada item X_{1.5}, sebagian besar responden yaitu sebesar 73% menyatakan setuju bahwa Rumah Sakit memiliki kelengkapan fasilitas umum. Berdasarkan distribusi frekuensi pada item X_{1.3} menunjukkan hasil terendah yaitu sebesar 71% menyatakan kurang setuju bahwa Rumah sakit memiliki kamar mandi yang bersih.

Tabel 4.12
Frekuensi item variabel *Tangible* (X₁) Pada Rumah Sakit Khusus

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
X _{1.1}	Rumah sakit memiliki pelayanan kesehatan yang lengkap.	79%
X _{1.2}	Rumah sakit memiliki lingkungan yang bersih.	77%
X _{1.3}	Rumah sakit memiliki kamar mandi yang bersih.	72%
X _{1.4}	Para petugas rumah sakit memiliki penampilan yang rapi.	81%
X _{1.5}	Rumah sakit memiliki fasilitas umum yang	72%

	lengkap.	
X _{1.6}	Rumah sakit memiliki fasilitas tempat parkir yang rapi dan teratur.	76%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable *Tangible* (X₁) pada item X_{1.4}, sebagian besar responden yaitu sebesar 81% menyatakan setuju bahwa Para petugas rumah sakit memiliki penampilan yang rapi.. Pada item X_{1.1}, sebagian besar responden yaitu sebesar 79% menyatakan setuju bahwa Rumah sakit memiliki pelayanan kesehatan yang lengkap.. Pada item X_{1.2} sebagian besar responden yaitu sebesar 77% menyatakan setuju bahwa Rumah sakit memiliki lingkungan yang bersih. Pada item X_{1.6}, sebagian besar responden yaitu sebesar 76% menyatakan setuju Rumah sakit memiliki fasilitas tempat parkir yang rapi dan teratur. Berdasarkan distribusi frekuensi pada item X_{1.2} dan X_{1.5} menunjukkan hasil terendah yaitu sebesar 72% menyatakan kurang setuju bahwa Rumah sakit memiliki kamar mandi yang bersih dan Rumah sakit memiliki fasilitas umum yang lengkap.

2. Reliability (X₂)

Gambaran distribusi variabel *Reliability* (X₂) terdiri dari beberapa item, antara lain Dokter tidak salah dalam melakukan pemeriksaan dan pemberian resep (X_{2.1}), Apoteker tidak salah dalam memberikan obat (X_{2.2}), Administrasi yang tidak melakukan kesalahan dalam bertransaksi (X_{2.3}), *Customer service* yang mampu memberikan informasi dengan jelas (X_{2.4}).

Tabel 4.13
Frekuensi item variabel Reliability (X_2) Pada Rumah Sakit Umum

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
X _{2.1}	Dokter tidak salah dalam melakukan pemeriksaan	76%
X _{2.2}	Apoteker tidak salah dalam memberikan obat.	77%
X _{2.3}	Administrasi tidak salah dalam menghitung transaksi.	76%
X _{2.4}	Customer service yang mampu memberikan informasi dengan jelas.	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable *Reliability* (X_2) pada item X_{2.2}, sebagian besar responden yaitu sebesar 77% menyatakan setuju bahwa Apoteker tidak salah dalam memberikan obat. Pada item X_{2.1} dan X_{2.3}, sebagian besar responden yaitu sebesar 76% menyatakan setuju bahwa Dokter tidak salah dalam melakukan pemeriksaan dan Administrasi tidak salah dalam menghitung transaksi. Berdasarkan distribusi frekuensi pada item X_{2.4} menunjukkan hasil terendah yaitu sebesar 73% menyatakan kurang setuju bahwa *Customer service* yang mampu memberikan informasi dengan jelas.

Tabel 4.14
Frekuensi item variabel Reliability (X_2) Pada Rumah Sakit Khusus

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
X _{2.1}	Dokter tidak salah dalam melakukan pemeriksaan	78%
X _{2.2}	Apoteker tidak salah dalam memberikan obat.	81%
X _{2.3}	Administrasi tidak salah dalam menghitung transaksi.	63%
X _{2.4}	Customer service yang mampu memberikan informasi dengan jelas.	74%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable *Reliability* (X_2) pada item $X_{2,2}$, sebagian besar responden yaitu sebesar 81% menyatakan setuju bahwa Apoteker tidak salah dalam memberikan obat.. Pada item $X_{2,1}$, sebagian besar responden yaitu sebesar 78% menyatakan setuju bahwa Dokter tidak salah dalam melakukan pemeriksaan . Pada item $X_{2,4}$, sebagian besar responden yaitu sebesar 74% menyatakan setuju bahwa *Customer service* yang mampu memberikan informasi dengan jelas. Berdasarkan distribusi frekuensi pada item $X_{2,3}$ menunjukkan hasil terendah yaitu sebesar 63% menyatakan kurang setuju bahwa Administrasi tidak salah dalam menghitung transaksi.

3. Responsiveness (X_3)

Gambaran distribusi variabel *Responsiveness*(X_3) terdiri dari beberapa item, antara lain Dokter yang cepat dan tanggap dalam melayani pengguna jasa rumah sakit ($X_{3,1}$), Perawat yang cepat dan tanggap dalam melayani pengguna jasa rumah sakit ($X_{3,2}$), Apoteker yang cepat dan tanggap dalam melayani pengguna jasa rumah sakit ($X_{3,3}$), Bagian administrasi yang cepat dan tanggap dalam melayani transaksi ($X_{3,4}$), *Customer service* yang cepat dan tanggap dalam melayani keluhan ($X_{3,5}$).

Tabel 4.15

Frekuensi item variabel Responsiveness (X_3) Pada Rumah Sakit Umum

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
$X_{3,1}$	Dokter yang cepat dan tanggap dalam melakukan pemeriksaan.	73%
$X_{3,2}$	Perawat yang cepat dan tanggap dalam membantu pemeriksaan.	74%
$X_{3,3}$	Apoteker yang cepat dan tanggap dalam memberikan obat.	74%
$X_{3,4}$	Administrasi yang cepat dan tanggap dalam melayani transaksi.	75%

X _{3.5}	Customer service yang cepat dan tanggap dalam melayani keluhan.	73%
------------------	---	-----

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable *Responsiveness* (X₃) pada item X_{3.4}, sebagian besar responden yaitu sebesar 75% menyatakan setuju bahwa Administrasi yang cepat dan tanggap dalam melayani transaksi.. Pada item X_{3.2} dan X_{3.3}, sebagian besar responden yaitu sebesar 74% menyatakan setuju bahwa Perawat yang cepat dan tanggap dalam membantu pemeriksaan dan Apoteker yang cepat dan tanggap dalam memberikan obat. Berdasarkan distribusi frekuensi pada item X_{3.1} dan X_{3.5} menunjukkan hasil terendah yaitu sebesar 73% menyatakan kurang setuju bahwa Dokter yang cepat dan tanggap dalam melakukan pemeriksaan dan *Customer service* yang cepat dan tanggap dalam melayani keluhan.

Tabel 4.16

Frekuensi item variabel Responsiveness (X₃) Pada Rumah Sakit Khusus

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
X _{3.1}	Dokter yang cepat dan tanggap dalam melakukan pemeriksaan.	73%
X _{3.2}	Perawat yang cepat dan tanggap dalam membantu pemeriksaan.	75%
X _{3.3}	Apoteker yang cepat dan tanggap dalam memberikan obat.	76%
X _{3.4}	Administrasi yang cepat dan tanggap dalam melayani transaksi.	77%
X _{3.5}	Customer service yang cepat dan tanggap dalam melayani keluhan.	72%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable *Responsiveness* (X₃) pada item X_{3.4}, sebagian responden yaitu sebesar 77% menyatakan setuju

bahwa Administrasi yang cepat dan tanggap dalam melayani transaksi.. Pada item X_{3,3}, sebagian besar responden yaitu sebesar 76% menyatakan setuju bahwa Apoteker yang cepat dan tanggap dalam memberikan obat. Pada item X_{3,2}, sebagian besar responden yaitu sebesar 75% menyatakan setuju bahwa Perawat yang cepat dan tanggap dalam membantu pemeriksaan.. Pada item X_{3,1}, sebagian besar responden yaitu sebesar 73% menyatakan setuju bahwa Dokter yang cepat dan tanggap dalam melakukan pemeriksaan. Berdasarkan distribusi frekuensi pada item X_{3,5} menunjukkan hasil terendah yaitu sebesar 72% menyatakan kurang setuju bahwa *customer service* cepat dan tanggap dalam melayani keluhan.

4. Assurance (X₄)

Gambaran distribusi variabel Assurance (X₄) terdiri dari beberapa item, antara lain Dokter yang tepat dalam memberikan resep sesuai dengan penyakit (X_{4,1}), Apoteker yang tepat dalam memberikan obat sesuai resep (X_{4,2}), Administrasi yang tepat dan teliti dalam menghitung transaksi (X_{4,3}).

Tabel 4.17
Frekuensi item variabel Assurance (X₄) Pada Rumah Sakit Umum

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
X _{4,1}	Dokter tepat dalam memberikan resep sesuai dengan penyakit.	76%
X _{4,2}	Apoteker tepat dalam memberikan obat sesuai dengan resep yang diberikan dokter.	78%
X _{4,3}	Administrasi yang tepat dan teliti dalam menghitung transaksi (biaya).	75%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable Assurance (X₄) pada item X_{4,2}, sebagian besar responden yaitu 78% menyatakan setuju bahwa

Apoteker tepat dalam memberikan obat sesuai dengan resep yang diberikan dokter. Pada item X_{4.1}, sebagian besar responden yaitu sebesar 76% menyatakan setuju bahwa Dokter tepat dalam memberikan resep sesuai dengan penyakit. Berdasarkan distribusi frekuensi pada item X_{4.3} menunjukkan hasil terendah yaitu sebesar 75% menyatakan kurang setuju bahwa administrasi tepat dan teliti dalam menghitung transaksi.

Tabel 4.18
Frekuensi item variabel Assurance (X₄) Pada Rumah Sakit Khusus

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
X _{4.1}	Dokter tepat dalam memberikan resep sesuai dengan penyakit.	78%
X _{4.2}	Apoteker tepat dalam memberikan obat sesuai dengan resep yang diberikan dokter.	80%
X _{4.3}	Administrasi yang tepat dan teliti dalam menghitung transaksi (biaya).	75%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable Assurance (X₄) pada item X_{4.2}, sebagian besar responden yaitu sebesar 80% menyatakan setuju bahwa Apoteker tepat dalam memberikan obat sesuai dengan resep yang diberikan dokter. Pada item X_{4.1}, sebagian besar responden yaitu sebesar 78% menyatakan setuju bahwa Dokter tepat dalam memberikan resep sesuai dengan penyakit. Berdasarkan distribusi frekuensi pada item X_{4.3} menunjukkan hasil terendah yaitu sebesar 75% menyatakan kurang setuju bahwa administrasi tepat dan teliti dalam menghitung transaksi (biaya).

5. Emphaty (X_5)

Gambaran distribusi variabel *Emphaty* (X_5) terdiri dari beberapa item, antara lain Memberikan perhatian individual ($X_{5.1}$), Mampu berkomunikasi dengan baik ($X_{5.2}$), Mampu memenuhi kebutuhan yang diinginkan pengguna jasa ($X_{5.3}$).

Tabel 4.19
Frekuensi item variabel Emphaty (X_5) Pada Rumah Sakit Umum

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
$X_{5.1}$	Pihak rumah sakit memiliki perhatian yang baik.	74%
$X_{5.2}$	Pihak rumah sakit mampu berkomunikasi dengan baik.	75%
$X_{5.3}$	Pihak rumah sakit mampu memenuhi kebutuhan yang diinginkan dengan baik.	74%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable *Emphaty* (X_5) pada item $X_{5.2}$, sebagian besar responden yaitu sebesar 75% menyatakan setuju bahwa Pihak rumah sakit mampu berkomunikasi dengan baik. Berdasarkan distribusi frekuensi pada item $X_{5.1}$ dan $X_{5.3}$ menunjukkan hasil terendah yaitu sebesar 74% menyatakan kurang setuju bahwa Pihak rumah sakit memiliki perhatian yang baik dan Pihak rumah sakit mampu memenuhi kebutuhan yang diinginkan dengan baik.

Tabel 4.20
Frekuensi item variabel *Emphaty* (X_5) Pada Rumah Sakit Khusus

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
X _{5.1}	Pihak rumah sakit memiliki perhatian yang baik.	75%
X _{5.2}	Pihak rumah sakit mampu berkomunikasi dengan baik.	77%
X _{5.3}	Pihak rumah sakit mampu memenuhi kebutuhan yang diinginkan dengan baik.	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable *Emphaty* (X_5) pada item X_{5.2}, sebagian besar responden yaitu sebesar 75% menyatakan setuju bahwa Pihak rumah sakit mampu berkomunikasi dengan baik. Pada item X_{5.1}, sebagian besar responden yaitu sebesar 75% menyatakan setuju bahwa Pihak rumah sakit memiliki perhatian yang baik. Berdasarkan distribusi frekuensi pada item X_{5.3} menunjukkan hasil terendah yaitu sebesar 73% menyatakan kurang setuju bahwa pihak rumah sakit mampu memenuhi kebutuhan yang diinginkan pengguna jasa.

6. Accessibility (X_6)

Gambaran distribusi variabel *Accessibility* (X_6) terdiri dari beberapa item, antara lain Lokasi strategis ($X_{6.1}$), Mudah dijangkau transportasi umum ($X_{6.2}$), Komunikasi mudah dengan pihak rumah sakit ($X_{6.3}$).

Tabel 4.21
Frekuensi item variabel *Accessibility* (X_6) Pada Rumah Sakit Umum

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
X _{6.1}	Lokasi rumah sakit strategis (mudah dijangkau).	77%
X _{6.2}	Rumah sakit mudah dijangkau oleh transportasi umum.	78%
X _{6.3}	Pihak rumah sakit mudah dihubungi.	75%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable *Accessibility* (X_6) pada item $X_{6.2}$, sebagian besar responden yaitu sebesar 78% menyatakan setuju bahwa Rumah sakit mudah dijangkau oleh transportasi umum. Pada item $X_{6.1}$, sebagian besar responden yaitu sebesar 77% menyatakan setuju bahwa Lokasi rumah sakit strategis (mudah dijangkau). Berdasarkan distribusi frekuensi pada item $X_{6.3}$ menunjukkan hasil terendah yaitu sebesar 75% menyatakan kurang setuju bahwa pihak Rumah Sakit mudah dihubungi.

Tabel 4.22
Frekuensi item variabel *Accessibility* (X_6) Pada Rumah Sakit Khusus

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
$X_{6.1}$	Lokasi rumah sakit strategis (mudah dijangkau).	78%
$X_{6.2}$	Rumah sakit mudah dijangkau oleh transportasi umum.	78%
$X_{6.3}$	Pihak rumah sakit mudah dihubungi.	75%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable *Accessibility* (X_6) pada item $X_{6.1}$ dan $X_{6.2}$, sebagian besar responden yaitu sebesar 78% menyatakan setuju bahwa lokasi rumah sakit strategis (mudah dijangkau) dan Rumah sakit mudah dijangkau oleh transportasi umum. Berdasarkan distribusi frekuensi pada item $X_{6.3}$ 75% menyatakan kurang setuju bahwa mudah dihubungi.

7. Courtesy (X_7)

Gambaran distribusi variabel *Courtesy* (X_7) terdiri dari beberapa item, antara lain Perilaku sopan terhadap pengguna jasa rumah sakit ($X_{7.1}$), Perilaku santun terhadap pengguna jasa rumah sakit ($X_{7.2}$), Perilaku ramah terhadap

pengguna jasa rumah sakit ($X_{7.3}$), Sikap menghargai kepada pengguna jasa rumah sakit ($X_{7.4}$).

Tabel 4.23
Frekuensi item variabel Courtesy (X_7) Pada Rumah Sakit Umum

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
$X_{7.1}$	Petugas rumah sakit memiliki sikap yang sopan.	74%
$X_{7.2}$	Petugas rumah sakit memiliki sikap yang santun.	74%
$X_{7.3}$	Petugas rumah sakit memiliki sikap yang ramah.	73%
$X_{7.4}$	Petugas rumah sakit memiliki sikap menghargai.	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable *Courtesy* (X_7) pada item $X_{7.1}$ dan $X_{7.2}$, sebagian besar responden yaitu sebesar 74% menyatakan setuju bahwa petugas Rumah Sakit memiliki sikap yang sopan dan Petugas rumah sakit memiliki sikap yang santun. Berdasarkan distribusi frekuensi pada item $X_{7.3}$ dan $X_{7.4}$ menunjukkan hasil terendah yaitu sebesar 73% menyatakan kurang setuju bahwa Petugas rumah sakit memiliki sikap yang ramah dan Petugas rumah sakit memiliki sikap menghargai.

Tabel 4.24
Frekuensi item variabel Courtesy (X_7) Pada Rumah Sakit Khusus

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
$X_{7.1}$	Petugas rumah sakit memiliki sikap yang sopan.	77%
$X_{7.2}$	Petugas rumah sakit memiliki sikap yang santun.	76%
$X_{7.3}$	Petugas rumah sakit memiliki sikap yang ramah.	73%
$X_{7.4}$	Petugas rumah sakit memiliki sikap menghargai.	76%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable *Courtesy* (X_7) pada item $X_{7.1}$, sebagian besar responden yaitu sebesar 77% menyatakan setuju bahwa petugas Rumah Sakit memiliki sikap yang sopan. Pada item $X_{7.2}$ dan $X_{7.4}$, sebagian besar responden yaitu sebesar 76% menyatakan setuju bahwa petugas Rumah Sakit memiliki sikap yang santun dan Petugas rumah sakit memiliki sikap menghargai. Berdasarkan distribusi frekuensi pada item $X_{7.3}$ menunjukkan hasil terendah yaitu sebesar 73% menyatakan kurang setuju bahwa petugas Rumah Sakit memiliki sikap yang ramah.

8. Communication (X_8)

Gambaran distribusi variabel *Communication* (X_8) terdiri dari beberapa item, antara lain Mudah diajak dalam berkomunikasi ($X_{8.1}$), Menyampaikan informasi dengan jelas ($X_{8.2}$).

Tabel 4.25
Frekuensi item variabel Communication (X_8) Pada Rumah Sakit Umum

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
$X_{8.1}$	Pihak rumah sakit mudah diajak untuk berkomunikasi.	73%
$X_{8.2}$	Pihak rumah sakit menyampaikan informasi dengan jelas dan tidak bertele-tele.	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable *Communication* (X_8) pada item $X_{8.1}$ dan $X_{8.2}$, yaitu sebesar 73% menyatakan setuju bahwa pihak Rumah Sakit mudah diajak berkomunikasi dan pihak Rumah Sakit menyampaikan informasi dengan jelas dan tidak bertele-tele.

Tabel 4.26
Frekuensi item variabel Communication (X₈) Pada Rumah Sakit Khusus

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
X _{8.1}	Pihak rumah sakit mudah diajak untuk berkomunikasi.	75%
X _{8.2}	Pihak rumah sakit menyampaikan informasi dengan jelas dan tidak bertele-tele.	74%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable *Communication* (X₈) pada item X_{8.1}, sebagian besar responden yaitu sebesar 75% menyatakan setuju bahwa pihak Rumah Sakit mudah diajak berkomunikasi. Berdasarkan distribusi frekuensi pada item X_{8.2} menunjukkan hasil terendah yaitu sebesar 74% menyatakan kurang setuju bahwa pihak Rumah Sakit menyampaikan informasi dengan jelas dan tidak bertele-tele.

9. Credibility (X₉)

Gambaran distribusi variabel *Credibility* (X₉) terdiri dari beberapa item, antara lain Jujur dalam memberikan pelayanan (X_{9.1}), Jujur dalam memberikan pengobatan (X_{9.2}), Jujur dalam bertransaksi (X_{9.3}).

Tabel 4.27
Frekuensi item variabel Credibility (X₉) Pada Rumah Sakit Umum

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
X _{9.1}	Pihak rumah sakit yang jujur dalam memberikan pelayanan.	73%
X _{9.2}	Pihak rumah sakit yang jujur dalam memberikan pengobatan.	75%
X _{9.3}	Pihak rumah sakit yang jujur dalam bertransaksi.	75%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable *Credibility* (X_9) pada item $X_{9,2}$ dan $X_{9,3}$, sebagian besar responden yaitu sebesar 75% menyatakan setuju bahwa Pihak rumah sakit yang jujur dalam memberikan pengobatan dan Pihak rumah sakit yang jujur dalam bertransaksi. Berdasarkan distribusi frekuensi pada item $X_{9,1}$ menunjukkan hasil terendah yaitu sebesar 73% menyatakan kurang setuju bahwa Pihak rumah sakit yang jujur dalam memberikan pelayanan.

Tabel 4.28
Frekuensi item variabel *Credibility* (X_9) Pada Rumah Sakit Khusus

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
$X_{9,1}$	Pihak rumah sakit yang jujur dalam memberikan pelayanan.	75%
$X_{9,2}$	Pihak rumah sakit yang jujur dalam memberikan pengobatan.	77%
$X_{9,3}$	Pihak rumah sakit yang jujur dalam bertransaksi.	77%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable *Credibility* (X_9) pada item $X_{9,2}$ dan $X_{9,3}$, sebagian besar responden yaitu sebesar 77% menyatakan setuju bahwa Pihak rumah sakit yang jujur dalam memberikan pengobatan dan Pihak rumah sakit yang jujur dalam bertransaksi. Berdasarkan distribusi frekuensi pada item $X_{9,1}$ menunjukkan hasil terendah yaitu sebesar 75% menyatakan kurang setuju bahwa Pihak rumah sakit yang jujur dalam memberikan pelayanan.

10. Kepuasan Pengguna Jasa

Gambaran distribusi variabel Kepuasan Pengguna Jasa (Y) terdiri dari beberapa item, secara umum dan kerapihan petugas dengan harapan atau ekspektasi pengguna jasa ($Y_{1,1}$), Kemampuan para petugas rumah sakit sesuai

dengan harapan atau ekspektasi pengguna jasa ($Y_{1.2}$), Daya tanggap petugas rumah sakit dalam melakukan pelayanan sesuai dengan harapan atau ekspektasi pengguna jasa ($Y_{1.3}$), Jaminan yang diberikan petugas rumah sakit sesuai dengan harapan dan ekspektasi pengguna jasa ($Y_{1.4}$), Sikap empati para petugas rumah sakit sesuai dengan harapan atau ekspektasi pengguna jasa ($Y_{1.5}$), Kemudahan dalam menjangkau rumah sakit sesuai dengan harapan atau ekspektasi pengguna jasa ($Y_{1.6}$), Sikap sopan, santun, ramah dan menghargai petugas rumah sakit sesuai dengan harapan atau ekspektasi pengguna jasa ($Y_{1.7}$), Komunikasi yang dilakukan para petugas rumah sakit sesuai dengan harapan atau ekspektasi pengguna jasa ($Y_{1.8}$), Sifat jujur dan dapat dipercaya para petugas rumah sakit sesuai dengan harapan atau ekspektasi pengguna jasa ($Y_{1.9}$).

Tabel 4.29
Frekuensi item variabel Kepuasan Pengguna Jasa (Y) Pada Rumah Sakit Umum

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
Y _{1.1}	Kelengkapan dan kebersihan fasilitas rumah sakit secara umum serta kerapihan para petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan.	73%
Y _{1.2}	Kemampuan petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan.	73%
Y _{1.3}	Kecepatan petugas rumah sakit dalam melayani sesuai dengan ekspektasi/harapan.	71%
Y _{1.4}	Jaminan yang diberikan pihak rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan.	64%
Y _{1.5}	Sikap empati petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan.	72%
Y _{1.6}	Kemudahan dalam menjangkau rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan.	74%
Y _{1.7}	Sikap sopan santun, ramah dan menghargai pihak rumah sakit sesuai dengan ekspektasi / harapan.	74%
Y _{1.8}	Komunikasi petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan.	72%
Y _{1.9}	Sikap jujur dan dapat dipercaya terhadap petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan.	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable Kepuasan Pengguna Jasa (Y) pada item Y_{1.6} dan Y_{1.7}, sebagian besar responden yaitu sebesar 74% menyatakan setuju bahwa Kemudahan dalam menjangkau rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan dan Sikap sopan santun, ramah dan menghargai pihak rumah sakit sesuai dengan ekspektasi / harapan. Pada item Y_{1.1}, Y_{1.2} dan Y_{1.9}, kebersihan fasilitas rumah sakit secara umum serta kerapihan para petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan, kemampuan para petugas rumah sakit sesuai dengan harapan atau ekspektasi pengguna jasa dan

Sikap jujur dan dapat dipercaya terhadap petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan.. Pada item $Y_{1.5}$ dan $Y_{1.8}$, sebagian besar responden yaitu sebesar 72% menyatakan setuju bahwa Sikap empati petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan dan Komunikasi petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan. Pada item $Y_{1.3}$, sebagian besar responden yaitu sebesar 71% menyatakan setuju bahwa Kecepatan petugas rumah sakit dalam melayani sesuai dengan ekspektasi/harapan. Berdasarkan distribusi frekuensi pada item $Y_{1.4}$ menunjukkan hasil terendah yaitu sebesar 64% menyatakan kurang setuju bahwa Jaminan yang diberikan pihak rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan.

Tabel 4.30
Frekuensi item variabel Kepuasan Pengguna Jasa (Y) Pada Rumah Sakit Khusus

No.	Pernyataan	Persentase Persetujuan Pernyataan
$Y_{1.1}$	Kelengkapan dan kebersihan fasilitas rumah sakit secara umum serta kerapihan para petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan.	74%
$Y_{1.2}$	Kemampuan petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan.	74%
$Y_{1.3}$	Kecepatan petugas rumah sakit dalam melayani sesuai dengan ekspektasi/harapan.	72%
$Y_{1.4}$	Jaminan yang diberikan pihak rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan.	73%
$Y_{1.5}$	Sikap empati petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan.	73%
$Y_{1.6}$	Kemudahan dalam menjangkau rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan.	73%
$Y_{1.7}$	Sikap sopan santun, ramah dan menghargai pihak rumah sakit sesuai dengan ekspektasi / harapan.	74%
$Y_{1.8}$	Komunikasi petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan.	75%
$Y_{1.9}$	Sikap jujur dan dapat dipercaya terhadap petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan.	75%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Merujuk data di atas, dapat dijelaskan bahwa variable Kepuasan Pengguna Jasa (Y) pada item $Y_{1.8}$ dan $Y_{1.9}$, sebagian besar responden yaitu sebesar 75% menyatakan setuju bahwa Komunikasi petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan dan Sikap jujur dan dapat dipercaya terhadap petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan. Pada item $Y_{1.1}$, $Y_{1.2}$, dan $Y_{1.7}$ sebagian besar responden yaitu sebesar 74% menyatakan setuju bahwa Kelengkapan dan kebersihan fasilitas rumah sakit secara umum serta kerapihan para petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan, Kemampuan petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan dan Sikap sopan santun, ramah dan menghargai pihak rumah sakit sesuai dengan ekspektasi / harapan.. Pada item $Y_{1.4}$, $Y_{1.5}$ dan $Y_{1.6}$, sebagian besar responden yaitu sebesar 73% menyatakan setuju bahwa Jaminan yang diberikan pihak rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan, Sikap empati petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan dan Kemudahan dalam menjangkau rumah sakit sesuai dengan ekspektasi/harapan. Berdasarkan distribusi frekuensi pada item $Y_{1.3}$ menunjukkan hasil terendah 72% menyatakan kurang setuju bahwa Kecepatan petugas rumah sakit dalam melayani sesuai dengan ekspektasi/harapan.

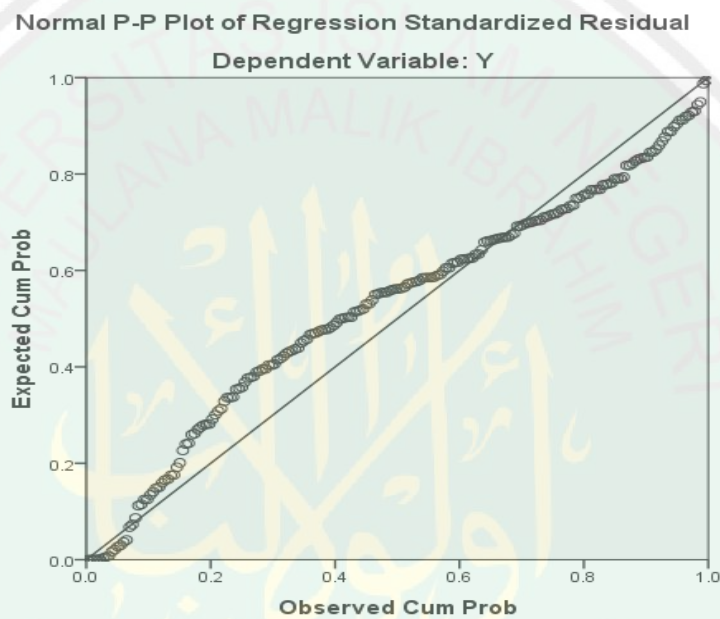
4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilihat dengan penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusannya: Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah

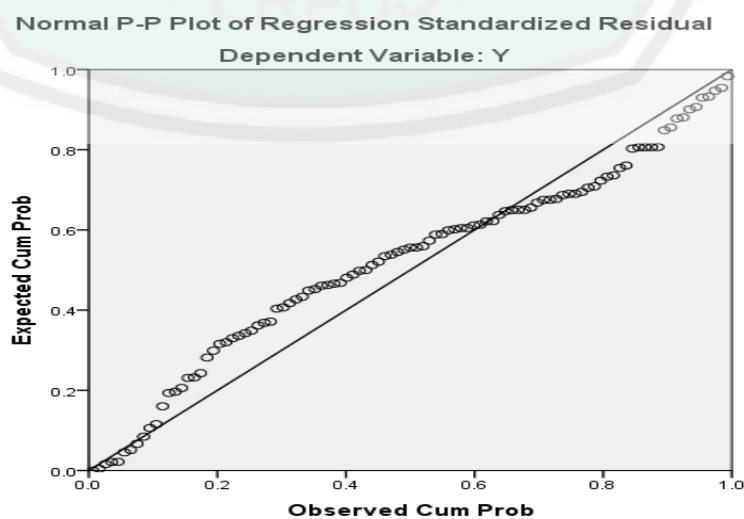
garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.1
Uji Normalitas Rumah Sakit Umum



Sumber : Output SPSS 21 For Windows, 2017.

Gambar 4.2
Uji Normalitas Rumah Sakit Khusus



Sumber : Output SPSS 21 For Windows, 2017.

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Berarti, berdasarkan penjelasan pada bab 3 pada uji hipotesis normalitas, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya data residual berdistribusi normal yang dimana responden mengisi pernyataan kuesioner dengan beragam keputusan terhadap kualitas layanan dan kepuasan yang dirasakan oleh masing-masing pengguna jasa rumah sakit.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya bebas multikolsinieritas. Terdapat atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat nilai VIF (variance inflationtion factor), jika VIF di sekitar angka 1 dan tidak melebihi angka 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Berikut hasil pengujian dari instrument penelitian yang disajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 4.31
Uji Multikolinieritas Pada Rumah Sakit Umum

Variabel	Nilai Sig. VIF	Keterangan
X_1 (<i>Tangible</i>)	2.312	Bebas Multikolinieritas
X_2 (<i>Reliability</i>)	3.851	Bebas Multikolinieritas
X_3 (<i>Responsiveness</i>)	3.671	Bebas Multikolinieritas
X_4 (<i>Assurance</i>)	4.936	Bebas Multikolinieritas
X_5 (<i>Emphaty</i>)	3.889	Bebas Multikolinieritas
X_6 (<i>Accessibility</i>)	2.417	Bebas Multikolinieritas
X_7 (<i>Courtesy</i>)	3.940	Bebas Multikolinieritas
X_8 (<i>Communication</i>)	3.202	Bebas Multikolinieritas
X_9 (<i>Credibility</i>)	4.9853	Bebas Multikolinieritas

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Dari hasil pengujian di atas, diperoleh nilai Sig. VIF $X_1 = 2.312 < 10$, $X_2 = 3.851 < 10$, $X_3 = 3.671 < 10$, $X_4 = 4.936 < 10$, $X_5 = 3.889 < 10$, $X_6 = 2.417 < 10$,

$X_7 = 3.94 < 10$, $X_8 = 3.202 < 10$, $X_9 = 4.853 < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada instrument penelitian ini. Artinya penelitian ini akan menghasilkan hasil regresi yang bagus karena antar variabel bebas tidak saling mengganggu.

Tabel 4.32
Uji Multikolinieritas Pada Rumah Sakit Khusus

Variabel	Nilai Sig. VIF	Keterangan
X_1 (<i>Tangible</i>)	2.678	Bebas Multikolinieritas
X_2 (<i>Reliability</i>)	3.846	Bebas Multikolinieritas
X_3 (<i>Responsiveness</i>)	3.616	Bebas Multikolinieritas
X_4 (<i>Assurance</i>)	4.674	Bebas Multikolinieritas
X_5 (<i>Emphaty</i>)	4.463	Bebas Multikolinieritas
X_6 (<i>Accessibility</i>)	2.279	Bebas Multikolinieritas
X_7 (<i>Courtesy</i>)	3.557	Bebas Multikolinieritas
X_8 (<i>Communication</i>)	3.105	Bebas Multikolinieritas
X_9 (<i>Credibility</i>)	3.721	Bebas Multikolinieritas

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Dari hasil pengujian di atas, diperoleh nilai Sig. VIF $X_1 = 2,678 < 10$, $X_2 = 3,846 < 10$, $X_3 = 2,616 < 10$, $X_4 = 4,674 < 10$, $X_5 = 4,463 < 10$, $X_6 = 2,279 < 10$, $X_7 = 3,557 < 10$, $X_8 = 3,105 < 10$, $X_9 = 3,721 < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada instrument penelitian ini. Artinya penelitian ini akan menghasilkan hasil regresi yang bagus karena antar variabel bebas tidak saling mengganggu.

3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi berkaitan dengan pengaruh observer atau data dalam satu variabel yang saling berhubungan satu sama lain. Regresi secara klasik mensyaratkan bahwa variabel tidak boleh tergejala autokorelasi. Karena model

regresi akan menjadi buruk dan menghasilkan parameter yang tidak logis (Gani dan Amalia, 2015: 124).

Menurut Ghazali (2013: 111) untuk mengetahui ada tidaknya korelasi pada penelitian ini digunakan uji Durbin Watson (DW Test). Model regresi dinyatakan bebas autokorelasi jika harga DW memenuhi criteria $DU < DW < 4 - DU$. Hasil uji autokorelasi disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.33
Uji Autokorelasi Rumah Sakit Umum

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of the Estimate	Durbin Watson	Keterangan
1	.892a	.796	.786	3.352	1.958	Non-Autokorelasi

Sumber : Output SPSS 21 For Windows, 2017.

Dari bantuan computer program SPSS 21 for windows, output pada tabel uji autokorelasi diperoleh nilai DW sebesar 1.958. kemudian dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% jumlah sampel 210 (n), dan jumlah variabel independen 9 ($k=9$) = 9.210, maka diperoleh nilai dU 1.863. Nilai DW (1.958) lebih besar dari batas atas (dU) yakni 1.863 dan kurang dari (4-dU) $4 - 1.863 = 5.863$. jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi. Artinya, dalam instrument penelitian ini tidak ada korelasi antara pernyataan dengan pernyataan sebelumnya. Sehingga tidak perlu adanya perbaikan yaitu transformasi data, karena dalam penelitian ini sudah layak atau terpenuhi tidak terjadinya autokorelasi.

Tabel 4.34
Uji Autokorelasi Rumah Sakit Khusus

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of the Estimate	Durbin Watson	Keterangan
1	.896a	.803	.783	3.16622	2.065	Non-Autokorelasi

Sumber : Output SPSS 21 For Windows, 2017.

Dari bantuan computer program SPSS 21 for windows, output pada tabel uji autokorelasi diperoleh nilai DW sebesar 2.065. kemudian dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% jumlah sampel 100 (n), dan jumlah variabel independen 9 ($k=9$) = 9.100, maka diperoleh nilai dU 1.873. Nilai DW (2.065) lebih besar dari batas atas (dU) yakni 1.873 dan kurang dari (4-dU) $4-1.873 = 5.873$. jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi. Artinya, dalam instrument penelitian ini tidak ada korelasi antara pernyataan dengan pernyataan sebelumnya. Sehingga tidak perlu adanya perbaikan yaitu transformasi data, karena dalam penelitian ini sudah layak atau terpenuhi tidak terjadinya autokorelasi.

4.1.4 Hasil Pengujian Data

1. Uji Regresi Berganda

Analisis hasil penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit di Kota Makassar dianalisis dengan menggunakan metode kuantitatif. Analisis kuantitatif digunakan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dengan menggunakan model analisis regresi linier berganda.

Adapun hasil olahan data dengan menggunakan bantuan program SPSS 21 (*statistical package for social science 21*) dapat dirangkum melalui tabel berikut:

Tabel 4.35
Regresi Linier Berganda Pada Rumah Sakit Umum

Variabel	Unstandarized Coefficient (B)	t-hitung	Sig	Keterangan
	-0,315	-0,233	0,816	
<i>Tangible</i> (X ₁)	0,200	2,497	0,013	
<i>Reliability</i> (X ₂)	-0,108	-0,792	0,429	
<i>Responsiveness</i> (X ₃)	0,233	2,080	0,039	
<i>Assurance</i> (X ₄)	-0,261	1,290	0,199	
<i>Emphaty</i> (X ₅)	0,688	3,599	0,000	
<i>Accessibility</i> (X ₆)	0,224	1,546	0,124	
<i>Courtesy</i> (X ₇)	0,402	3,238	0,001	
<i>Communication</i> (X ₈)	0,489	2,166	0,031	
<i>Credibility</i> (X ₉)	0,274	1,421	0,157	
R			0,892	
R Square			0,796	
Adjusted R Square			0,786	
F Hitung				
Sig.				

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Berdasarkan hasil regresi yang ditunjukkan pada tabel di atas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,315 + 0,200 X_1 - 0,108 X_2 + 0,233 X_3 - 0,261 X_4 + 0,688 X_5 + 0,224 X_6 + 0,402 X_7 + 0,489 X_8 + 0,274 X_9$$

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi *standardized* adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstanta negatif dengan nilai sebesar -0,315 ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan besar dianggap tidak sebesar -0,315 yaitu *reliability* (X₂) dan *assurance* (X₄). Dikarenakan layanan yang diberikan tidak sesuai

dengan harapan/ekspektasi pengguna jasa rumah sakit. Sehingga muncullah ketidakpuasan.

2. Koefisien regresi (β) X_1 sebesar 0,200 memberikan arti bahwa variabel *Tangible* (X_1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan *tangible*, maka akan terjadi peningkatan kepuasan pengguna jasa sebesar 0,200 dan begitu pun sebaliknya.
3. Koefisien regresi (β) X_2 sebesar -0,108 memberikan arti bahwa variabel *Reliability* (X_2) berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan pengurangan layanan terhadap *reliability*, maka akan terjadi penurunan kepuasan pengguna jasa sebesar -0,108 dan begitu pun sebaliknya.
4. Koefisien regresi (β) X_3 sebesar 0,233 memberikan arti bahwa variabel *Responsiveness* (X_3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan *responsiveness*, maka akan terjadi peningkatan kepuasan pengguna jasa sebesar 0,233 dan begitu pun sebaliknya.
5. Koefisien regresi (β) X_4 sebesar -0,261 memberikan arti bahwa variabel *Assurance* (X_4) berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan pengurangan layanan terhadap *assurance*, maka akan terjadi penurunan kepuasan pengguna jasa sebesar -0,261 dan begitu pun sebaliknya.

6. Koefisien regresi (β) X_5 sebesar 0,688 memberikan arti bahwa variabel *Empathy* (X_5) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan *emphaty*, maka akan terjadi peningkatan kepuasan pengguna jasa sebesar 0,688 dan begitu pun sebaliknya.
7. Koefisien regresi (β) X_6 sebesar 0,224 memberikan arti bahwa variabel *Accessibility* (X_6) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan *accessibility*, maka akan terjadi peningkatan kepuasan pengguna jasa sebesar 0,224 dan begitu pun sebaliknya.
8. Koefisien regresi (β) X_7 sebesar 0,402 memberikan arti bahwa variabel *Courtesy* (X_7) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan *courtesy*, maka akan terjadi peningkatan kepuasan pengguna jasa sebesar 0,0402 dan begitu pun sebaliknya.
9. Koefisien regresi (β) X_8 sebesar 0,489 memberikan arti bahwa variabel *Communication* (X_8) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan *communication*, maka akan terjadi peningkatan kepuasan pengguna jasa sebesar 0,489 dan begitu pun sebaliknya.
10. Koefisien regresi (β) X_9 sebesar 0,274 memberikan arti bahwa variabel *Credibility* (X_9) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y). Hal ini menunjukkan dengan meningkatkan *credibility*,

maka akan terjadi peningkatan kepuasan pengguna jasa sebesar 0,274 dan begitu pun sebaliknya.

Tabel 4.36
Regresi Linier Berganda Pada Rumah Sakit Khusus

Variabel	Unstandarized Coefficient (B)	t-hitung	Sig	Keterangan
	-2,010	-1,003	0,318	
<i>Tangible</i> (X ₁)	0,206	1,677	0,097	
<i>Reliability</i> (X ₂)	-0,407	-1,983	0,050	
<i>Responsiveness</i> (X ₃)	0,520	3,497	0,001	
<i>Assurance</i> (X ₄)	0,329	1,069	0,288	
<i>Empathy</i> (X ₅)	1,244	4,148	0,000	
<i>Accessibility</i> (X ₆)	0,403	2,066	0,042	
<i>Courtesy</i> (X ₇)	0,227	1,353	0,180	
<i>Communication</i> (X ₈)	0,171	0,532	0,596	
<i>Credibility</i> (X ₉)	-0,009	-0,034	0,973	
R			0,896	
R Square			0,803	
Adjusted R Square			0,783	
F Hitung				
Sig.				

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Berdasarkan hasil regresi yang ditunjukkan pada tabel di atas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -2,010 + 0,206 X_1 - 0,407 X_2 + 0,520 X_3 + 0,329 X_4 + 1,244 X_5 + 0,403 X_6 + 0,227 X_7 + 0,171 X_8 - 0,009 X_9$$

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi *standardized* adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstanta negatif dengan nilai sebesar -2,010 ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan sebagian besar dianggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit adalah sebesar -2,010 yaitu *reliability* (X₂) dan *credibility* (X₉). Dikarenakan layanan yang diberikan tidak sesuai

dengan harapan/ekspektasi pengguna jasa rumah sakit. Sehingga muncullah ketidakpuasan.

2. Koefisien regresi (β) X_1 sebesar 0,206 memberikan arti bahwa variabel *Tangible* (X_1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan *tangible*, maka akan terjadi peningkatan kepuasan pengguna jasa sebesar 0,206 dan begitu pun sebaliknya.
3. Koefisien regresi (β) X_2 sebesar -0,407 memberikan arti bahwa variabel *Reliability* (X_2) berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan pengurangan layanan terhadap *reliability*, maka akan terjadi penurunan kepuasan pengguna jasa sebesar -0,407 dan begitu pun sebaliknya.
4. Koefisien regresi (β) X_3 sebesar 0,520 memberikan arti bahwa variabel *Responsiveness* (X_3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan *responsiveness*, maka akan terjadi peningkatan kepuasan pengguna jasa sebesar 0,520 dan begitu pun sebaliknya.
5. Koefisien regresi (β) X_4 sebesar 0,329 memberikan arti bahwa variabel *Assurance* (X_4) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan layanan terhadap *assurance*, maka akan terjadi peningkatankepuasan pengguna jasa sebesar 0,329 dan begitu pun sebaliknya.

6. Koefisien regresi (β) X_5 sebesar 1,244 memberikan arti bahwa variabel *Empathy* (X_5) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan *emphaty*, maka akan terjadi peningkatan kepuasan pengguna jasa sebesar 1,244 dan begitu pun sebaliknya.
7. Koefisien regresi (β) X_6 sebesar 0,403 memberikan arti bahwa variabel *Accessibility* (X_6) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan *accessibility*, maka akan terjadi peningkatan kepuasan pengguna jasa sebesar 0,403 dan begitu pun sebaliknya.
8. Koefisien regresi (β) X_7 sebesar 0,227 memberikan arti bahwa variabel *Courtesy* (X_7) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan *courtesy*, maka akan terjadi peningkatan kepuasan pengguna jasa sebesar 0,227 dan begitu pun sebaliknya.
9. Koefisien regresi (β) X_8 sebesar 0,171 memberikan arti bahwa variabel *Communication* (X_8) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan *communication*, maka akan terjadi peningkatan kepuasan pengguna jasa sebesar 0,171 dan begitu pun sebaliknya.
10. Koefisien regresi (β) X_9 sebesar -0,009 memberikan arti bahwa variabel *Credibility* (X_9) berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan penurunan *credibility*,

maka akan terjadi penurunan tingkat kepuasan pengguna jasa sebesar 0,274 dan begitu pun sebaliknya.

2. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi untuk variabel bebas lebih dari 2 (dua) digunakan Adjusted R Square, sebagai berikut:

Tabel 4.37
Koefisien Determinasi (R²) Pada Rumah Sakit Umum
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 ^a	.796	.786	3.352

a. Predictors: (Constant), X9, X1, X6, X2, X5, X7, X3, X4, X8

b. Dependent Variable: Y

Tabel 4.38
Koefisien Determinasi (R²) Pada Rumah Sakit Khusus
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.896 ^a	.803	.783	3.16622

a. Predictors: (Constant), X9, X3, X6, X1, X7, X8, X2, X5, X4

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Output SPSS 21 For Windows, 2017.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 21 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (Adjusted R Square) yang diperoleh nilai 0.796 atau sebesar 79,6% untuk Rumah Sakit Umum di Kota Makassar dan

diperoleh nilai 0,803 atau sebesar 80,3% untuk Rumah Sakit Khusus di Kota Makassar. hal ini berarti bahwa 79,6% kepuasan pengguna jasa Rumah Sakit Umum dan 80,3% kepuasan pengguna jasa Rumah Sakit Khusus di Kota Makassar dipengaruhi oleh variabel kualitas layanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, accessibility, courtesy, communication, credibility*), sedangkan sisanya untuk kepuasan pengguna jasa Rumah Sakit Umum yaitu 20,4% dan Rumah Sakit Khusus yaitu 19,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

4.1.5 Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji F (Simultan)

Uji statistic F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Adapun hipotesis dan hasil perhitungan Uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 4.39
Hasil Perhitungan Uji F (secara simultan) Pada Rumah Sakit Umum
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8744.916	9	971.657	86.469	.000 ^b
	Residual	2247.412	200	11.237		
	Total	10992.329	209			

Sumber : Output SPSS 21 For Windows, 2017.

Tabel 4.40
Hasil Perhitungan Uji F (secara simultan) Pada Rumah Sakit Khusus
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3713.769	9	412.641	41.161	.000 ^b
	Residual	912.271	91	10.025		
	Total	4626.040	100			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X9, X3, X6, X1, X7, X8, X2, X5, X4

Sumber : Output SPSS 21 For Windows, 2017.

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh hasil uji F yaitu pengujian secara bersama-sama atau simultan pengaruh antara X_1 (*Tangible*), X_2 (*Reliability*), X_3 (*Responsiveness*), X_4 (*Assurance*), X_5 (*Emphaty*), X_6 (*Accessibility*), X_7 (*Courtesy*), X_8 (*Communication*), X_9 (*Credibility*) terhadap Y (Kepuasan Pengguna Jasa). Hasil pengujian ini menyatakan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $sig\ F < 5\%$ ($0,000 < 0,05$). Dari analisis tersebut dapat diketahui bahwa pada Rumah Sakit Umum F_{hitung} 86,469. Nilai F_{hitung} $86,469 > F_{tabel}$ 1,93 ($df_1 = 10-1$, $df_2 = 210-10$) dan pada Rumah Sakit Khusus F_{hitung} 41,161. Nilai F_{hitung} $41,161 > F_{tabel}$ 1,91 ($df_1 = 10-1$, $df_2 = 101-10$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara X_1 (*Tangible*), X_2 (*Reliability*), X_3 (*Responsiveness*), X_4 (*Assurance*), X_5 (*Emphaty*), X_6 (*Accessibility*), X_7 (*Courtesy*), X_8 (*Communication*), X_9 (*Credibility*) terhadap Y (Kepuasan Pengguna Jasa). Sehingga hipotesis H_a yang menyatakan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Accessibility, Courtesy, Communication, Credibility*) secara simultan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna Jasa dapat diterima.

2. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing atau secara parsial variable independen (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, accessibility, courtesy, communication, credibility*) terhadap variabel dependen (kepuasan pengguna jasa). Adapun hipotesis dan hasil uji secara parsial pengaruh dari variabel-variabel independen tersebut terhadap kepuasan pengguna jasa ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.41
Hasil Perhitungan Uji t (secara parsial) Pada Rumah Sakit Umum

No.	Hipotesis Alternatif (H _a)	Nilai	Status
1	Variabel <i>tangible</i> berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa	t _{hitung} : 2,497 Sig t : 0,013 T _{tabel} : 1,650	H ₀ ditolak H _a diterima
2	Variabel <i>reliability</i> berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa	t _{hitung} : -0,792 Sig t : 0,429 T _{tabel} : 1,650	H ₀ diterima H _a ditolak
3	Variabel <i>responsiveness</i> berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa	t _{hitung} : 2,080 Sig t : 0,039 T _{tabel} : 1,650	H ₀ ditolak H _a diterima
4	Variabel <i>assurance</i> berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa	t _{hitung} : 1,290 Sig t : 0,199 T _{tabel} : 1,650	H ₀ diterima H _a ditolak
5	Variabel <i>emphaty</i> berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa	t _{hitung} : 3,599 Sig t : 0,000 T _{tabel} : 1,650	H ₀ ditolak H _a diterima
6	Variabel <i>accessibility</i> berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa	t _{hitung} : 1,546 Sig t : 0,124 T _{tabel} : 1,650	H ₀ diterima H _a ditolak
7	Variabel <i>courtesy</i> berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa	t _{hitung} : 3,238 Sig t : 0,001 T _{tabel} : 1,650	H ₀ ditolak H _a diterima
8	Variabel <i>communication</i> berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa	t _{hitung} : 2,166 Sig t : 0,031 T _{tabel} : 1,650	H ₀ ditolak H _a diterima
9	Variabel <i>credibility</i> berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa	t _{hitung} : 1,421 Sig t : 0,157 T _{tabel} : 1,650	H ₀ diterima H _a ditolak

Sumber : Output SPSS 21 For Windows, 2017.

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat disimpulkan keputusan sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel *tangible* (X_1) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y)

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *tangible* terhadap variabel kepuasan pengguna jasa menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2.497 > t_{tabel}$ 1.650 (df: $210-5=205$, dengan taraf sig 5% = 1.650) dan hasil signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0.013 < 0.05$). Hasil menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *tangible* (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *tangible* (X_1) dapat menerangkan variabel terkaitnya yaitu kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

2. Pengaruh variabel *reliability* (X_2) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y)

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *reliability* terhadap variabel kepuasan pengguna jasa menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $-0.792 < t_{tabel}$ 1.650 (df: $210-5=205$, dengan taraf sig 5% = 1.650) dan hasil signifikansi t lebih besar dari 5% ($0.429 > 0.05$). Hasil menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel *reliability* (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *reliability* (X_2) tidak dapat menerangkan variabel terkaitnya yaitu kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

3. Pengaruh variabel *responsiveness* (X_3) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y)

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *responsiveness* terhadap variabel kepuasan pengguna jasa menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2,080 < t_{tabel}$ 1.650 (df: $210-5=205$, dengan taraf sig 5% = 1.650) hasil signifikansi t lebih

besar dari 5% ($0,039 < 0.05$). Hasil menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *responsiveness* (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *responsiveness* (X_3) tidak dapat menerangkan variabel terkaitnya yaitu kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

4. Pengaruh variabel *assurance* (X_4) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y)

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *assurance* terhadap variabel kepuasan pengguna jasa menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $1,290 < t_{tabel} 1.650$ (df: $210-5=205$, dengan taraf sig 5% = 1.650) dan hasil signifikansi t lebih besar dari 5% ($0.199 > 0.05$). Hasil menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel *assurance* (X_4) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *assurance* (X_4) tidak dapat menerangkan variabel terkaitnya yaitu kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

5. Pengaruh variabel *emphaty* (X_5) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y)

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *emphaty* terhadap variabel kepuasan pengguna jasa menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $3.599 > t_{tabel} 1.650$ (df: $210-5=205$, dengan taraf sig 5% = 1.650) dan hasil signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0.000 < 0.05$). Hasil menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *emphaty* (X_5) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *emphaty* (X_4) dapat menerangkan variabel terkaitnya yaitu kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

6. Pengaruh variabel *accessibility* (X_6) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y)

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *accessibility* terhadap variabel kepuasan pengguna jasa menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $1,546 < t_{tabel}$ 1.650 (df: $210-5=205$, dengan taraf sig 5% = 1.650) dan hasil signifikansi t lebih besar dari 5% ($0,124 > 0,05$). Hasil menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel *accessibility* (X_6) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *accessibility* (X_6) tidak dapat menerangkan variabel terkaitnya yaitu kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

7. Pengaruh variabel *courtesy* (X_7) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y)

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *courtesy* terhadap variabel kepuasan pengguna jasa menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $3,238 > t_{tabel}$ 1.650 (df: $210-5=205$, dengan taraf sig 5% = 1.650) dan hasil signifikansi t lebih besar dari 5% ($0,001 < 0,005$). Hasil menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *courtesy* (X_7) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *courtesy* (X_7) tidak dapat menerangkan variabel terkaitnya yaitu kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

8. Pengaruh variabel *communication* (X_8) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y)

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *communication* terhadap variabel kepuasan pengguna jasa menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2,166 > t_{tabel}$ 1.650 (df: $210-5=205$, dengan taraf sig 5% = 1.650) dan hasil signifikansi t kecil dari 5% ($0,031 < 0,05$). Hasil menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a

diterima, artinya variabel *communication* (X_8) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *communication* (X_8) dapat menerangkan variabel terkaitnya yaitu kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

9. Pengaruh variabel *credibility* (X_9) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y)

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *credibility* terhadap variabel kepuasan pengguna jasa menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $1,421 < t_{tabel}$ 1.650 (df: $210-5=205$, dengan taraf sig 5% = 1.650) dan hasil signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0.157 < 0.05$). Hasil menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel *credibility* (X_9) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *credibility* (X_9) tidak dapat menerangkan variabel terkaitnya yaitu kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

Tabel 4.42
Hasil Perhitungan Uji t (secara parsial) Pada Rumah Sakit Khusus

No.	Hipotesis Alternatif (H_a)	Nilai	Status
1	Variabel <i>tangible</i> berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa	t_{hitung} : 1,677 Sig t : 0,097 T_{tabel} : 1,660	H_0 ditolak H_a diterima
2	Variabel <i>reliability</i> berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa	t_{hitung} : -1,983 Sig t : 0,050 T_{tabel} : 1,660	H_0 diterima H_a ditolak
3	Variabel <i>responsiveness</i> berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa	t_{hitung} : 3,497 Sig t : 0,001 T_{tabel} : 1,290	H_0 ditolak H_a diterima
4	Variabel <i>assurance</i> berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa	t_{hitung} : 1,069 Sig t : 0,288 T_{tabel} : 1,660	H_0 diterima H_a ditolak
5	Variabel <i>emphaty</i> berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa	t_{hitung} : 4,148 Sig t : 0,000 T_{tabel} : 1,660	H_0 ditolak H_a diterima
6	Variabel <i>accessibility</i> berpengaruh	t_{hitung} : 2,066	H_0 ditolak

	terhadap kepuasan pengguna jasa	Sig t : 0,042 T _{tabel} : 1,660	H _a diterima
7	Variabel <i>courtesy</i> berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa	t _{hitung} : 1,353 Sig t : 0,180 T _{tabel} : 1,660	H ₀ diterima H _a ditolak
8	Variabel <i>communication</i> berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa	t _{hitung} : 0,532 Sig t : 0,596 T _{tabel} : 1,660	H ₀ diterima H _a ditolak
9	Variabel <i>credibility</i> berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa	t _{hitung} : -0,034 Sig t : 0,973 T _{tabel} : 1,660	H ₀ diterima H _a ditolak

Sumber : Output SPSS 21 For Windows, 2017.

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat disimpulkan keputusan sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel *tangible* (X₁) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y)

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *tangible* terhadap variabel kepuasan pengguna jasa menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 1,677 > t_{tabel} 1,660 (df: 101-5=96, dengan taraf sig 5% = 1.660) dan hasil signifikansi t lebih kecil dari 5% (0.097 < 0.05). Hasil menunjukkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *tangible* (X₁) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *tangible* (X₁) dapat menerangkan variabel terkaitnya yaitu kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

2. Pengaruh variabel *reliability* (X₂) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y)

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *reliability* terhadap variabel kepuasan pengguna jasa menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar -0.1983 < t_{tabel} 1.660 (df: 101-5=96, dengan taraf sig 5% = 1.660) dan hasil signifikansi t lebih besar dari 5% (0,050 = 0.05). Hasil menunjukkan bahwa H₀ diterima dan H_a ditolak, artinya variabel *reliability* (X₂) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Berdasarkan data di atas dapat

disimpulkan bahwa secara parsial variabel *reliability* (X_2) tidak dapat menerangkan variabel terkaitnya yaitu kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

3. Pengaruh variabel *responsiveness* (X_3) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y)
Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *responsiveness* terhadap variabel kepuasan pengguna jasa menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $3,497 < t_{tabel}$ 1.660 (df: $101-5=96$, dengan taraf sig 5% = 1.660) dan hasil signifikansi t lebih besar dari 5% ($0,001 < 0.05$). Hasil menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *responsiveness* (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *responsiveness* (X_3) tidak dapat menerangkan variabel terkaitnya yaitu kepuasan pengguna jasa rumah sakit.
4. Pengaruh variabel *assurance* (X_4) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y)
Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *assurance* terhadap variabel kepuasan pengguna jasa menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $1,069 > t_{tabel}$ 1.660 (df: $101-5=96$, dengan taraf sig 5% = 1.660) dan hasil signifikansi t lebih besar dari 5% ($0.199 > 0.05$). Hasil menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel *assurance* (X_4) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. secara parsial variabel *assurance* (X_4) tidak dapat menerangkan variabel terkaitnya yaitu kepuasan.
5. Pengaruh variabel *emphaty* (X_5) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y)
Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *emphaty* terhadap variabel kepuasan pengguna jasa menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $4,148 > t_{tabel}$ 1.660

(df: $101-5=96$, dengan taraf sig 5% = 1.660) dan hasil signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0.000 < 0.05$). Hasil menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *emphaty* (X_5) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *emphaty* (X_4) dapat menerangkan variabel terkaitnya yaitu kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

6. Pengaruh variabel *accessibility* (X_6) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y)

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *accessibility* terhadap variabel kepuasan pengguna jasa menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2,066 > t_{tabel}$ 1.660 (df: $101-5=96$, dengan taraf sig 5% = 1.660) dan hasil signifikansi t lebih besar dari 5% ($0,042 < 0.05$). Hasil menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *accessibility* (X_6) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *accessibility* (X_6) dapat menerangkan variabel terkaitnya yaitu kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

7. Pengaruh variabel *courtesy* (X_7) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y)

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *courtesy* terhadap variabel kepuasan pengguna jasa menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $1,353 < t_{tabel}$ 1.660 (df: $101-5=96$, dengan taraf sig 5% = 1.660) dan hasil signifikansi t lebih besar dari 5% ($0,180 > 0,05$). Hasil menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel *courtesy* (X_7) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Berdasarkan data di atas dapat

disimpulkan bahwa secara parsial variabel *courtesy* (X_7) tidak dapat menerangkan variabel terkaitnya yaitu kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

8. Pengaruh variabel *communication* (X_8) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y)

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *communication* terhadap variabel kepuasan pengguna jasa menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $0,532 < t_{tabel} 1,650$ (df: $101-5=96$, dengan taraf sig 5% = 1.660) dan hasil signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,596 < 0.05$). Hasil menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel *communication* (X_8) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *communication* (X_8) tidak dapat menerangkan variabel terkaitnya yaitu kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

9. Pengaruh variabel *credibility* (X_9) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y)

Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel *credibility* terhadap variabel kepuasan pengguna jasa menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $-0,034 < t_{tabel} 1,660$ (df: $101-5=96$, dengan taraf sig 5% = 1.660) dan hasil signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,973 < 0.05$). Hasil menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, berdasarkan data di atas artinya variabel *credibility* (X_9) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

4.2 Pembahasan dan Relefansi Hasil Penelitian dengan Teori

4.2.1 Hasil Analisis Pengaruh Simultan Kualitas Layanan (X) Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit Umum (Y).

Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa kualitas layanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, accessibility, courtesy, communication, credibility*) (X) pada Rumah Sakit Umum dan Rumah Sakit Khusus mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa (Y). Nilai signifikansi yang didapat pada Rumah Sakit Umum yaitu 0,796 atau sebesar 79,6% dan pada Rumah Sakit Khusus yaitu 0,803 atau sebesar 80,3%, hasil ini dapat dilihat dari hasil output uji determinasi (R^2). Hasil data ini menunjukkan bahwa secara positif kualitas layanan yang disampaikan pihak rumah sakit umum dan khusus sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa.

Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa, hal ini sesuai yang dikemukakan oleh Parasuraman dkk (1995) (Wusko, 2014) yaitu apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pengguna jasa maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika layanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan buruk.

Hasil data ini menunjukkan bahwa secara positif kualitas layanan yang disampaikan pihak rumah sakit sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan pada rumah

sakit di Kota Makassar masih efektif dijadikan sumber keberhasilan pelayanan yang berorientasi untuk menciptakan kepuasan bagi pengguna jasa.

4.2.2 Hasil Analisis Pengaruh Parsial Kualitas Layanan (X) Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit (Y).

Adapun pengaruh parsial adalah mencari pengaruh tiap variabel terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Berikut pengaruhnya;

1. Tangible

Berdasarkan dari hasil analisis data terbukti secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara variabel *tangible* (X_1) terhadap variabel kepuasan pengguna jasa rumah sakit (Y). Hal ini berarti kualitas layanan yang berupa bukti fisik yang terdiri dari kebersihan rumah sakit secara umum, kelengkapan fasilitas, dan kerapuhan para petugas Rumah Sakit di Kota Makassar signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit, yang berarti dimana layanan yang diberikan pihak rumah sakit sesuai dengan harapan pengguna jasa rumah sakit.

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata 75% pengguna jasa Rumah Sakit Umum dan 76% pengguna jasa Rumah Sakit Khusus setuju bahwa *tangible* (bukti fisik) memberikan sumbangan positif terhadap pengguna jasa dikarenakan pengguna jasa merasa bahwa pelayanan kesehatan pada rumah sakit lengkap, rumah sakit memiliki lingkungan yang bersih baik itu di dalam rumah sakit maupun di luar rumah sakit, rumah sakit memiliki kamar mandi yang bersih, penampilan dari para petugas rumah sakit seperti dokter, perawat, apoteker, customer service sangatlah rapi, memiliki fasilitas umum yang lengkap

seperti kursi dan ruang tunggu yang memadai atau cukup, serta lahan parkir yang luas dan tertata dengan rapi.

Hal ini sesuai dengan pendapat Yazid (2005: 104) yaitu bukti fisik dapat mencakup penampilan fasilitas atau elemen-elemen fisik, peralatan, personel, dan material-material komunikasi yang bertujuan untuk memperkuat kesan tentang kualitas dari jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

2. Reliability

Berdasarkan dari hasil analisis data terbukti secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *reliability* (X_2) terhadap variabel kepuasan pengguna jasa rumah sakit (Y). Hal ini berarti kualitas layanan berupa keandalan yang terdiri dari dokter yang tidak salah dalam memberikan resep, apoteker tidak salah dalam memberikan obat, administrasi tidak salah dalam melakukan transaksi, dan customer service yang mampu memberikan informasi dengan jelas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata 75,5% pengguna jasa Rumah Sakit Umum dan 74% pengguna jasa Rumah Sakit Khusus mengatakan setuju bahwa *reliability* (kehandalan) pada rumah sakit di Kota Makassar cukup baik akan tetapi pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa masih kurang dari harapan/ekspektasi. Oleh karena itu pihak rumah sakit harus membuktikan kemampuannya dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan akurat untuk menciptakan kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

Hal ini kurang sesuai dengan pendapat Yazid (2005: 102) yaitu keandalan adalah kemampuan yang dapat diandalkan, akurat dan konsisten dalam mengerjakan jasa sesuai yang diinginkan konsumen. Keandalan dalam indikator kualitas pelayanan merupakan hal penting dan vital bagi perusahaan dalam menunjukkan kinerjanya karena keandalan merupakan bentuk ciri khas atau karakteristik dari pegawai yang memiliki prestasi yang baik.

3. Responsiveness

Berdasarkan dari hasil analisis data terbukti secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *responsiveness* (X_3) terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit (Y). Hal ini berarti kualitas layanan berupa daya tanggap yang terdiri dari dokter yang tanggap dalam melayani pengguna jasa, perawat yang tanggap dalam melayani pengguna jasa rumah sakit, administrasi yang tanggap dalam melayani transaksi, *customer service* yang tanggap dalam melayani keluhan tidak sesuai dengan harapan pengguna jasa rumah sakit.

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata 73,8% pengguna jasa Rumah Sakit Umum dan 74,6% pengguna jasa Rumah Sakit Khusus mengatakan setuju bahwa *responsiveness* (daya tanggap) pada rumah sakit di Kota Makassar cukup baik akan tetapi pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa masih kurang dari harapan/ekspektasi. Hal ini dikarenakan setiap pengguna jasa rumah sakit mempunyai perilaku yang berbeda-beda, pengetahuan dan pengalaman yang berbeda-beda dan kesulitan yang dihadapi juga berbeda-beda. Sehingga daya tanggap para petugas rumah sakit perlu ditingkatkan agar pengguna jasa rumah sakit merasa puas.

Hal ini kurang sesuai dengan pendapat Zeithaml dkk (dalam Arief, 2006: 126), daya tanggap yaitu kemauan atau kesiapan para petugas/karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Sedangkan menurut Margaretha (2003: 200) mengungkapkan bahwa kualitas layanan daya tanggap adalah suatu bentuk pelayanan dalam memberikan penjelasan agar orang yang diperi pelayanan tanggap dan menanggapi pelayanan yang diterima (merasakan kepuasan).

4. Assurance

Berdasarkan dari hasil analisis data terbukti secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel jaminan (X_4) terhadap variabel kepuasan pengguna jasa rumah sakit (Y). Hal ini berarti kualitas layanan yang terdiri dari dokter yang tepat dalam memberikan resep sesuai penyakit, apoteker yang tepat dalam memberikan obat sesuai resep, administrasi yang tepat dan teliti dalam menghitung transaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit (Y).

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata 76,3% pengguna jasa Rumah Sakit Umum dan 77,6% pengguna jasa Rumah Sakit Khusus mengatakan setuju bahwa assurance (jaminan) pada rumah sakit di Kota Makassar cukup baik akan tetapi pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa masih kurang dari harapan/ekspektasi. Hal ini dikarenakan ketelitian dan ketepatan para petugas rumah sakit berbeda-beda dalam menanggapi dan meningkatkan variabel jaminan secara baik agar pelayanan mampu mewujudkan kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

Hal ini kurang sesuai dengan pendapat Zeithaml dkk (*dalam* Arief, 2006: 126), jaminan dan kepastian merupakan mampu memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, aman dari bahaya, resiko atau keragu-raguan, memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa yang dibutuhkan pengguna jasa. Karena jaminan memberikan perbedaan antara pegawai yang memiliki watak atau karakter yang baik dan yang kurang baik dalam memberikan pelayanan (Margaretha, 2003: 201).

5. Emphaty

Berdasarkan dari hasil analisis data terbukti secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara variabel *emphaty* (X_5) terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit (Y). Hal ini berarti kualitas layanan berupa empati yang terdiri dari memberikan perhatian individual dengan baik, mampu berkomunikasi dengan baik, mampu memenuhi kebutuhan yang diinginkan pengguna jasa rumah sakit berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata 74,3% pengguna jasa Rumah Sakit Umum 75% pengguna jasa Rumah Sakit Khusus setuju bahwa *emphaty* (empati) memberikan sumbangan positif terhadap kepuasan pengguna jasa dikarenakan pengguna jasa merasa bahwa pihak rumah sakit secara pribadi memiliki komunikasi, perhatian, dan kepekaan yang baik terhadap pengguna jasa. Oleh karena itu, pihak rumah sakit harus dapat memposisikan dirinya berdasar empati, yang dibangun diatas kebutuhan konsumen akan perhatian individu yang bisa saja berbeda dengan kebutuhan individu lainnya. Jadi empati dari petugas

rumah sakit mempunyai peranan yang sangat penting untuk menarik dan memberikan kepuasan pelayanan.

Hal ini sesuai dengan pendapat Parasuraman dkk (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006: 182) empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Karena konsumen memiliki keadaan emosional yang ingin merasa diperhatikan. Sehingga perhatian yang baik dapat menimbulkan kepuasan pada pengguna jasa rumah sakit.

6. Accessibility

Berdasarkan dari hasil analisis data terbukti secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *accessibility* (X_6) terhadap variabel kepuasan pengguna jasa rumah sakit (Y). Hal ini berarti lokasi rumah sakit strategis, rumah sakit mudah dijangkau transportasi umum, komunikasi mudah dengan pihak rumah sakit tidak signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata 76,6% pengguna jasa Rumah Sakit Umum dan 77% pengguna jasa Rumah Sakit Khusus mengatakan setuju bahwa *accessibility* (jangkauan) pada rumah sakit di Kota Makassar cukup baik akan tetapi pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa masih kurang dari harapan/ekspektasi. Hal ini dikarenakan bahwa petugas rumah sakit masih kurang memperhatikan kebutuhan sehingga pengguna jasa kurang merasa puas terhadap jasa yang diberikan kemudahan yang diinginkan oleh pengguna jasa rumah sakit baik itu lokasi, jam operasional, dan komunikasi langsung maupun

secara tidak langsung. Hal ini perlu ditingkatkan karena secara umum pengguna jasa rumah sakit memiliki keinginan untuk dipahami kebutuhannya.

Hal ini kurang sesuai dengan pendapat Tjiptono (2004: 73) *Accessibility* yaitu pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam operasi, karyawan, dan sistem operasionalnya dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggannya dapat mengakses jasa tersebut dengan mudah, juga dirancang dengan maksud agar dapat menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan secara luwes.

7. Courtesy

Berdasarkan dari hasil analisis data terbukti secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara variabel *courtesy* (X_7) pada Rumah Sakit Umum terhadap variabel kepuasan pengguna jasa (Y) dan terbukti secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *courtesy* (X_7) pada Rumah Sakit Khusus terhadap variabel kepuasan pengguna jasa (Y). Hal ini berarti kualitas layanan pada Rumah Sakit Umum berupa sikap sopan, santun, ramah, dan menghargai signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa Rumah Sakit Umum dan tidak signifikan pengaruhnya terhadap Rumah Sakit Khusus.

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata 73,5% pengguna jasa Rumah Sakit Umum memberikan sumbangan positif terhadap kepuasan pengguna jasa dikarenakan pengguna jasa merasa bahwa petugas rumah sakit memiliki sikap yang sopan, santun, ramah dan menghargai pengguna jasa Rumah Sakit Umum dan 75,5% pengguna jasa Rumah Sakit Khusus mengatakan setuju bahwa *courtesy* (sikap/kebiasaan) rumah sakit di Kota Makassar cukup baik

akan tetapi pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa masih kurang dari harapan/ekspektasi. Hal ini menunjukkan bahwa petugas rumah sakit masih kurang dalam bersikap sopan santun dan menghargai dalam melayani pengguna jasa rumah sakit. Hal ini perlu ditingkatkan karena secara umum pengguna jasa rumah sakit memiliki keinginan untuk diberikan perhatian secara emosional.

Hal ini sesuai dengan pendapat Zeithaml (*dalam* Hardiansyah, 2011: 41) *Courtesy* yaitu sikap perilaku ramah, bersahabat, tanggap terhadap konsumen serta mau melakukan kontak. Karena pengguna jasa memiliki keinginan untuk merasa dihargai atas apa yang telah ia korbankan.

8. Communication

Berdasarkan dari hasil analisis data terbukti secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara variabel *communication* (X_8) pada Rumah Sakit Umum terhadap variabel kepuasan pengguna jasa rumah sakit (Y) dan terbukti secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *communication* (X_8) pada Rumah Sakit Khusus terhadap variabel kepuasan pengguna jasa rumah sakit (Y). Hal ini berarti kualitas layanan berupa kemudahan berkomunikasi dan penyampaian informasi secara jelas oleh pihak rumah sakit signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa Rumah Sakit Umum dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa Rumah Sakit Khusus.

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata 73% pengguna jasa Rumah Sakit Umum setuju bahwa *communication* (komunikasi) memberikan sumbangan positif terhadap pengguna jasa dikarenakan pengguna jasa merasa bahwa pihak rumah sakit secara pribadi mudah diajak berkomunikasi dan

menyampaikan informasi dengan jelas sesuai dengan kebutuhan oleh pengguna jasa dan 74,5% pengguna jasa Rumah Sakit Khusus mengatakan setuju bahwa komunikasi dari pihak rumah sakit khusus cukup baik akan tetapi pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa masih kurang dari harapan/ekspektasi. Hal ini menunjukkan bahwa petugas rumah sakit masih kurang dalam hal berkomunikasi dan menyampaikan informasi dengan baik terhadap pengguna jasa Rumah Sakit Khusus. Hal ini perlu ditingkatkan karena secara umum pengguna jasa rumah sakit memiliki keinginan untuk diberikan perhatian secara emosional.

Hal ini sesuai dengan pendapat Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Saleh, 2010: 103) *Communication* artinya memberikan informasi kepada pelanggan pada bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan. Hal ini berarti bahwa pihak rumah sakit memiliki komunikasi yang baik serta memberikan kejelasan mengenai informasi agar pengguna jasa merasa mudah dalam menerima layanan yang disampaikan.

9. Credibility

Berdasarkan dari hasil analisis data terbukti secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *credibility* (kejujuran) terhadap variabel kepuasan pengguna jasa rumah sakit. Hal ini berarti kejujuran dalam melakukan pelayanan, kejujuran dalam memberikan pelayanan, kejujuran dalam memberikan pengobatan, kejujuran dalam bertransaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit.

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata 74,3% pengguna Rumah Sakit Umum dan 76,3% pengguna jasa Rumah Sakit Khusus setuju bahwa

credibility (kejujuran) pihak rumah sakit khusus cukup baik akan tetapi pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa masih kurang dari harapan/ekspektasi. Hal ini menunjukkan bahwa petugas rumah sakit masih kurang dalam hal menumbuhkan kepercayaan pada pengguna jasa rumah sakit. Hal ini perlu ditingkatkan karena secara umum pengguna jasa rumah sakit akan menggunakan jasa apabila pengguna jasa merasa percaya terhadap pelayanan yang diberikan pihak rumah sakit.

Hal ini kurang sesuai dengan pendapat Dwyer, et al (Elrado H, 2014) kepercayaan adalah sebagai bentuk keyakinan pengguna jasa terhadap kejujuran perusahaan terhadap layanan yang diberikan dan hasil penelitian ini kurang mendukung penelitian yang dilakukan oleh Awaluddin dan Setiawan (2012) yang menyatakan bahwa kepercayaan terhadap kejujuran mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengguna jasa dapat merasakan puas apabila ada kepercayaan akan pelayanan yang memuaskan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh kualitas layanan secara simultan dan secara parsial terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit di Kota Makassar.

Kualitas layanan (X) pada rumah sakit umum dan rumah sakit khusus secara simultan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y). hal ini berarti secara keseluruhan kualitas layanan berpengaruh secara bersamaan terhadap kepuasan pengguna jasa.

Secara parsial kualitas layanan pada Rumah Sakit Umum yang terdiri dari 5 variabel memberi sumbangan positif terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit umum di Kota Makassar, yaitu *tangible*(X₁), *responsiveness* (X₃), *emphaty*(X₅), *courtesy* (X₇), dan *communication*(X₈). Sedangkan variabel *reliability* (X₂), *assurance* (X₄), *accessibility* (X₆), *credibility* (X₉) memberi sumbangan negatif terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit umum di Kota Makassar. Hal ini dikarenakan layanan yang diberikan pihak rumah sakit tidak sesuai dengan kepuasan pengguna jasa rumah sakit, sehingga muncullah ketidakpuasan kepada para pengguna jasa.

Sedangkan Secara parsial kualitas layanan pada Rumah Sakit Khusus yang terdiri dari 4 variabel memberi sumbangan positif terhadap kepuasan pengguna jasa rumah sakit di Kota Makassar, yaitu *tangible*(X₁), *responsiveness*

(X_3), *emphaty*(X_5), *accessibility* (X_6), dSedangkan variabel *reliability* (X_2), *assurance* (X_4), *courtesy* (X_7), *communication*(X_8) dan *credibility* (X_9) memberi sumbangan negatif terhadap kepuasan pengguna jasa Rumah Sakit Khusus di Kota Makassar. Hal ini dikarenakan layanan yang diberikan pihak rumah sakit tidak sesuai dengan kepuasan pengguna jasa rumah sakit, sehingga muncullah ketidakpuasan kepada para pengguna jasa.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel lain di luar variabel yang telah diteliti ini agar memperoleh hasil yang lebih baik dan bervariasi.
2. Bagi Instansi Kesehatan diharapkan mencermati kembali tingkat kualitas layanan yang disampaikan kepada pengguna jasa rumah sakit agar pengguna jasa rumah sakit dapat merasa puas dengan layanan yang telah disampaikan oleh pihak rumah sakit.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Tit. (2015). The Effect of Service and Food Quality on Customer Satisfaction and Hence Customer Retention. *Asian Social Science*. Vol. 11 No. 23.
- Al-Qarni. (2007). Tafsir Muyassar. Jakarta: Qisthi Press.
- Ariani, Wahyuni. (2009). *Manajemen Operasi Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arief, Muhtosim. (2006). *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan* (cet. ke-1). Malang: Bayumedia Publishing.
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (edisi revisi vi). Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Aryani, Dwi., Rosinta., Febrina. (2010). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Vol.17 No.2.
- Assauri. (2003). *Manajemen Pemasaran Jasa* (jilid 1). Jakarta: PT. Gramedia.
- Awaludin, I dan Setiawan, M. 2012. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan, nilai, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Aplikasi manajemen*, Desember 2012 Vol. 10 No. 4. Hal 1-8
- Azwar, S. (2009). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Pustaka Belajar.
- Biegel, John E. (1992). *Production Control*. New York: Prentice Hall Inc.
- Budiastuti. (2002). *Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Rumah Sakit*. Jakarta: Trans Info Media.
- Elrado H, Molden., Kumadji, Srikandi dan Yulianto, Edy. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Vol. 15 No.2.
- Ersaputra, Yoga Hardika. (2012). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada Kantor Pos

- Malang. *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.
- Gani, Irawan dan Amalia, Siti. (2015). *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: PT. Andi Offset.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ketujuh)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Ketut. (2001). *Kualitas dan Loyalitas Pasien*. Bali.
- Hamid, Abdul. (2007). *Panduan Penulisan Skripsi (Cet. 1)*. Jakarta: FEIS UIN Press.
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hurriyati, Ratih. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Irawan, Handi. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Juliani, Vera. (2008). Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Kartu Seluler PT. Indosat Tbk. Cabang Malang. *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.
- Kartajaya, Hermawan. (2006). *Hermawan Kartajaya on Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. (2005). *Etika Customer Service*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management. Analysis, Planning, Implementation and Control* (edisi 9). New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2006). *Manajemen Pemasaran* (edisi 11, jilid 1 dan 2). Jakarta: PT. Indeks.

- Kotler dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* (edisi 12, jilid 1). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran* (jilid 1). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lovelock, Christopher., Jochen, Writz. (2011). *Service Marketing*. New Jersey USA: Pearson.
- Malhotra, Naresh K. (2006). *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan* (jilid 2). Jakarta: PT. Indeks.
- Margaretha. (2003). *Kualitas Pelayanan: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Mandar Maju.
- Masyhuri dan Zainuddin, M. (2008). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dan Aplikasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Nurcaya, I Nyoman. (2007). *Analisis Kualitas Pelayanan Rumah Sakit di Provinsi Bali*. Jurnal Ekonomi. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Pearce., Robinson. (2008). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pratiwi, A. (2009). *Pengelolaan Kepuasan Pelanggan dalam Pelayanan Kesehatan*. Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Padjajaran.
- Pratiwi, Esti Wahyu. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan SPBU Pasti Pas Kota Malang*, Skripsi tidak dipublikasikan. Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.
- Rahmadani, Suci. (2012). *Analisis Segmentasi Pasar Pelayanan Kesehatan*. Makassar: *Jurnal AKK*. Vol. 1 No. 1.
- Saladin, Djaslim. (2004). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian* (edisi ke-3). Bandung: CV. Linda Karya.
- Saleh, Akh Muwafik. (2010). *Public Service Communication*. Malang: UMM Press.

- Santoso, Septiadi. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Klinik Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol.2 No.6.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman., Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen* (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall.
- Simamora, Bilson. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, Masri. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3S.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 1. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Supramono dan Haryanto, Jony Oktavian. (2005). *Desain Penelitian Studi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Suryani, Tatik. (2003). *Perilaku Konsumen* (edisi Pertama). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. (edisi kedua). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2004). *Strategi Pemasaran* (Edisi Kedua). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.

- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Umar, Husein. (2003). *Metode Riset Bisnis: Panduan Mahasiswa Untuk Melakukan Riset Dilengkapi Contoh dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, Amelia Tri. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien*. Sidoarjo.
- Wibisono, Dermawan. (2000). *Riset Bisnis Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Wibisono, Dermawan. (2003). *Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wijayanti, Shindta Dewi. (2010). *Hubungan Bauran Pemasaran dengan Loyalitas Pasien di Unit Rawat Jalan*. Makassar.
- Wisnalmawati. (2005). Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan terhadap Niat Pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol 10 No.3.
- Wusko, Any Urwatul. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada Rumah Sakit Umum Daerah Bangil Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ketsa Bisnis*. Agustus 2014 Vol. 1. No. 1. Hal 1-27.
- Yazid. (2005). *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: EKONISIA.
- Zeithaml dan Bitner. (2008). *Service Marketing*. The Mcgraw Hill Companies, Inc.

LAMPIRAN 1 DAFTAR RUMAH SAKIT DI KOTA MAKASSAR**Rumah Sakit yang Bersaing di Kota Makassar**

Nama Rumah Sakit	Alamat Rumah Sakit	Tahun Berdirinya
RSUP Dr. Wahidin Sudirohusodo	Jl. Perintis Kemerdekaan KM. 11 (negeri)	2006
Rumah Sakit Islam Faisal	Jl. AP Pettarani (swasta)	1980
Rumah Sakit Kusta Makassar	Jl. Paccerakkang No. 67 (negeri)	1982
Rumah Sakit Umum Haji Makassar	Jl. Dg. Ngeppe No. 14 (negeri)	1992
Rumah Sakit Akademis Jaury	Jl. Jendral M. Jusuf No. 57 (swasta)	1960
Rumah Sakit Jiwa Makassar	Jl. Lanto Dg. Pasewang No. 34 (negeri)	1942
Rumah Sakit Bersalin Elim Makassar	Jl. Sungai Saddang No. 70 (swasta)	1992
Rumah Sakit Bersalin Siti Hadijah	Jl. RA. Kartini No. 15-17 (swasta)	1962
Rumah Sakit Bersalin Restu Makassar	Jl. H. A. Mappanyuki No. 27 (swasta)	
Rumah Sakit Bersalin Siti Fatimah	Jl. Gunung Merapi No. 73 (negeri)	2002
Rumah Sakit Umum Luramay	Jl. AP Pettarani No. 19 (swasta)	
Rumah Sakit Bersalin Masyita	Jl. Camba Jawayya No. 24 (swasta)	
Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi Makassar	Jl. Jendral Sudirman No. 14 (negeri)	

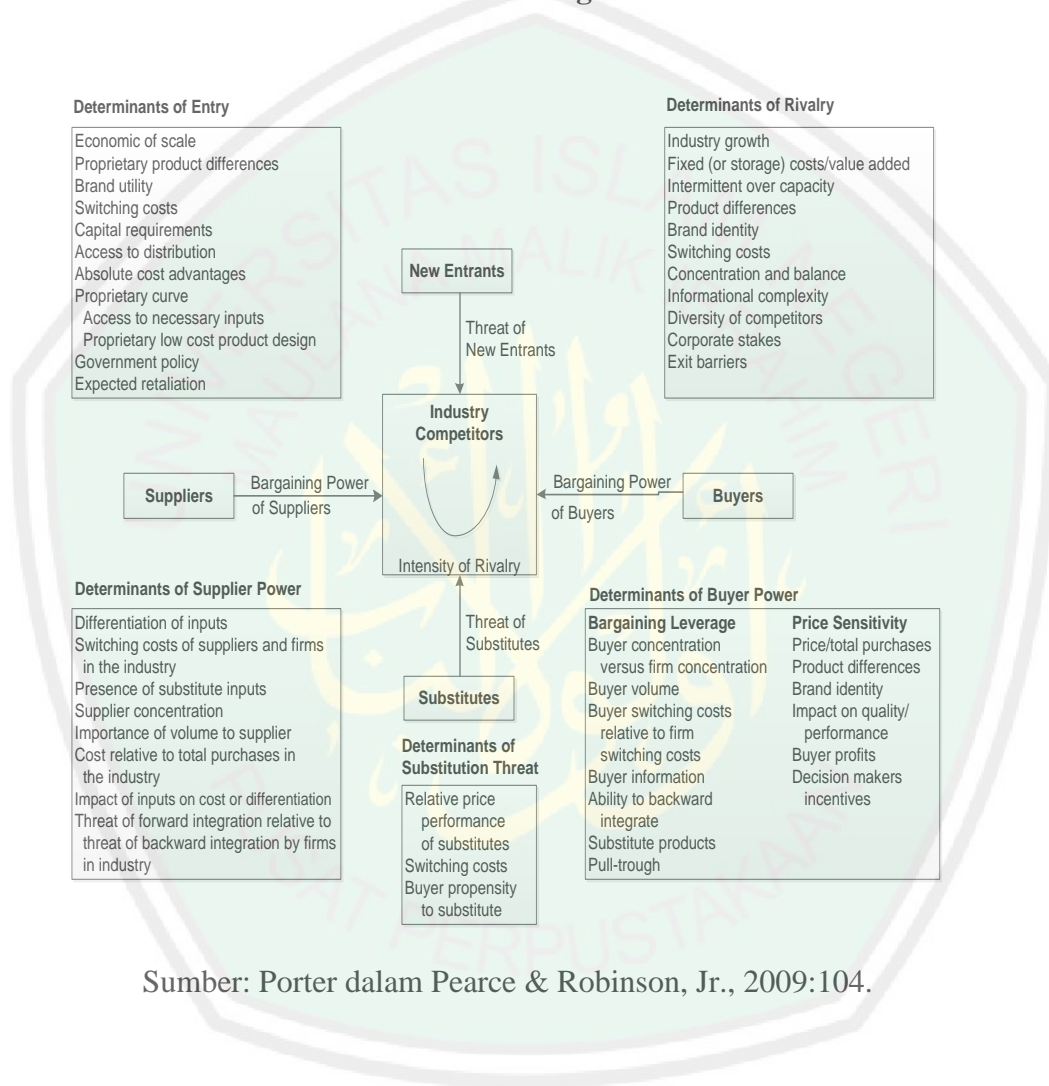
Rumah Sakit Umum Sayang Rakyat	Jl. Pahlawan No. 1000 (negeri)	
Rumah Sakit Ibu dan Anak Siti Khadijah 1 Muhammadiyah	Jl. RA. Kartini No. 15-17 (swasta)	
Rumah Sakit Bersalin Gia Lestari	Jl. Toddopuli Raya No. 43-45 (swasta)	
Rumah Sakit Hikmah	Jl. Yosef Latumahina No. 1 (swasta)	
Rumah Sakit Awal Bross Makassar	Jl. Urip Sumohardjo No. 43 (swasta)	2009
Rumah Sakit Ibu dan Anak Siti Khadijah III Muhammadiyah Mamajang	Jl. Veteran Selatan No. 201 (swasta)	
Rumah Sakit Bersalin Bunda	Jl. Pengayoman Blok F9 No. 25 (swasta)	
Rumah Sakit Mitra Husada	Jl. Gunung Merapi No. 22 (swasta)	1998
Rumah Sakit Bersalin Budi Mulia I	Jl. Timah IV Blok A28/18 (swasta)	1984
Rumah Sakit Ibu dan Anak Bahagia	Jl. Hertasning Baru Minasa Upa Blok H7 No. 9 (swasta)	
Rumah Sakit Universitas Hasanuddin	Jl. Perintis Kemerdekaan KM 10 (swasta)	2010
Rumah Sakit Umum Daerah Daya	Jl. Perintis Kemerdekaan No. 14 (negeri)	1975
Rumah Sakit Stella Maris	Jl. Somba Opu No. 273 (swasta)	1938
Siloam Hospitas Makassar	Jl. Metro Tanjung Bunga Kav. 9 (swasta)	1996
Rumah Sakit 45 Makassar	Jl. Urip Sumoharjo KM 05	1988

	No. 264 (swasta)	
Rumah Sakit Umum Labuang Baji	Jl. Dr. Ratulangi No. 81 (negeri)	1938
Rumah Sakit Ibu dan Anak Ananda	Jl. Landak Baru No. 63 (swasta)	
Rumah Sakit Pelamonia	Jl. Jendral Sudirman No. 27 (negeri)	1917
Rumah Sakit Lanal Makassar	Jl. Satando No. 27 (negeri)	
Rumah Sakit Kepolisian Bhayangkara	Jl. Letjen Mapaodang (negeri)	1965

Sumber : asgar.or.id

LAMPIRAN 2 MODEL TEKANAN PERSAINGAN INDUSTRI

Lima Model Tekanan Persaingan Industri Menurut Porter



Sumber: Porter dalam Pearce & Robinson, Jr., 2009:104.

LAMPIRAN 3 KUESIONER PENELITIAN



KUESIONER PENELITIAN KUALITAS LAYANAN

Responden yth,

Peneliti mengucapkan terima kasih sebelumnya karena anda bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini. Adapun penelitian ini diadakan dalam rangka penulisan tugas akhir sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Kami menjamin kerahasiaan anda sebagai kode etik penelitian. Oleh karena itu, Bapak/Ibu/Saudara/i tidak perlu ragu dalam memberikan informasi melalui jawaban atas pernyataan yang disediakan. Jawablah dengan jujur dan sesuai kenyataan yang sebenarnya dan tidak perlu mencantumkan nama dan alamat anda, terima kasih sebelumnya kami ucapkan atas perhatian yang anda berikan.

Andi Nurul Afiah, peneliti.

IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk : berikan tanda silang (X) jawaban yang menurut anda sesuai.

1. Jenis Kelamin :
 - A. Laki-Laki
 - B. Perempuan
2. Usia Anda saat ini tahun.
 - A. 15-25 D. 46-55
 - B. 26-35 E. > 55
 - C. 36-45
3. Jenis pekerjaan Anda saat ini :
 - A. Pegawai BUMN
 - B. Pegawai Negeri Sipil (PNS)
 - C. Pegawai Swasta
 - D. Wiraswasta/Wirausaha
 - E. Mahasiswa/Pelajar
4. Pendidikan Anda yang yang terakhir :
 - A. SD-SMA
 - B. Diploma
 - C. S-1
 - D. S-2
 - E. S-3
5. Nama Rumah Sakit Tempat Anda Berobat

.....

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan penilaian Anda dan berilah tanda silang (X).
2. Sebelum dikumpulkan periksalah kembali jawaban persetujuan anda, jangan sampai ada yang terlewati atau kosong.

KRITERIA PENILAIAN

STS= Sangat Tidak Setuju

TS= Tidak Setuju

N= Netral

S= Setuju

SS= Sangat Setuju

KUALITAS LAYANAN

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Rumah sakit memiliki Pelayanan Kesehatan yang lengkap.					
2	Rumah sakit memiliki lingkungan yang bersih.					
3	Rumah sakit memiliki kamar mandi yang bersih					
4	Para petugas rumah sakit memiliki penampilan yang rapi.					
5	Rumah sakit memiliki fasilitas umum yang lengkap.					
6	Rumah sakit memiliki fasilitas tempat parkir yang rapi dan teratur.					

7 Dokter tidak salah dalam melakukan pemeriksaan dan memberikan resep.

8 Apoteker tidak salah dalam memberikan obat.

9 Administrasi tidak salah dalam menghitung transaksi (biaya).

10 Customer service yang mampu memberikan informasi dengan jelas.

11 Dokter yang cepat dan tanggap dalam melakukan pemeriksaan.

12 Perawat yang cepat dan tanggap dalam membantu pemeriksaan.

13 Apoteker yang cepat dan tanggap dalam memberikan obat.

14 Administrasi yang cepat dan tanggap dalam melayani transaksi.

15 Customer service yang cepat dan tanggap dalam melayani keluhan.

16 Dokter tepat dalam memberikan resep sesuai dengan penyakit.

17 Apoteker tepat dalam memberikan obat sesuai dengan resep yang diberikan dokter.

18 Administrasi yang tepat dan teliti dalam menghitung transaksi (biaya).

19 Pihak rumah sakit memiliki perhatian yang baik.

20 Pihak rumah sakit mampu berkomunikasi dengan baik.

21 Pihak rumah sakit mampu memenuhi

- kebutuhan yang diinginkan dengan baik.
- 22** Lokasi rumah sakit strategis (mudah dijangkau).
- 23** Rumah sakit mudah dijangkau oleh transportasi umum.
- 24** Pihak rumah sakit mudah dihubungi.
- 25** Petugas rumah sakit memiliki sikap yang sopan.
- 26** Petugas rumah sakit memiliki sikap yang santun.
- 27** Petugas rumah sakit memiliki sikap yang ramah.
- 28** Petugas rumah sakit memiliki sikap menghargai.
- 29** Pihak rumah sakit mudah diajak untuk berkomunikasi.
- 30** Pihak rumah sakit menyampaikan informasi dengan jelas dan tidak bertele-tele.
- 31** Pihak rumah sakit yang jujur dalam memberikan pelayanan.
- 32** Pihak rumah sakit yang jujur dalam memberikan pengobatan.
- 33** Pihak rumah sakit yang jujur dalam bertransaksi.

KEPUASAN PENGGUNA JASA RUMAH SAKIT

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Kelengkapan dan kebersihan fasilitas rumah sakit secara umum serta kerapihan para petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi (harapan).					
2	Kemampuan petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi (harapan).					
3	Kecepatan petugas rumah sakit dalam melayani sesuai dengan ekspektasi (harapan).					
4	Jaminan yang diberikan pihak rumah sakit sesuai dengan ekspektasi (harapan).					
5	Sikap empati petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi (harapan).					
6	Kemudahan dalam menjangkau rumah sakit sesuai dengan ekspektasi (harapan).					
7	Sikap sopan, santun, ramah dan menghargai pihak rumah sakit sesuai dengan ekspektasi (harapan).					
8	Komunikasi petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi (harapan).					
9	Sikap jujur dan dapat dipercaya terhadap petugas rumah sakit sesuai dengan ekspektasi (harapan).					



LAMPIRAN 4 PENYEBARAN KUESIONER**Responden Berdasarkan Rumah Sakit Umum Tempat Berobat**

Rumah Sakit	Frekuensi	Persentase
RSUP Dr. Wahidin Sudirohusodo	13	6%
Rumah Sakit Islam Faisal	6	3%
Rumah Sakit Umum Haji Makassar	6	3%
Rumah Sakit Akademis Jaury	6	3%
Rumah Sakit Bersalin Elim Makassar	10	5%
Rumah Sakit Bersalin Siti Hadijah	7	3%
Rumah Sakit Bersalin Restu Makassar	6	3%
Rumah Sakit Bersalin Siti Fatimah	6	3%
Rumah Sakit Umum Luramay	5	2%
Rumah Sakit Bersalin Masyita	7	3%
Rumah Sakit Ibu dan Anak Pertiwi Makassar	5	2%
Rumah Sakit Umum Sayang Rakyat	6	3%
Rumah Sakit Ibu dan Anak Siti Khadijah 1 Muhammadiyah	6	3%
Rumah Sakit Bersalin Gia Lestari	8	4%
Rumah Sakit Hikmah	5	2%
Rumah Sakit Awal Bross Makassar	6	3%
Rumah Sakit Ibu dan Anak Siti Khadijah III Muhammadiyah Mamajang	8	4%
Rumah Sakit Bersalin Bunda	8	4%
Rumah Sakit Mitra Husada	6	3%
Rumah Sakit Bersalin Budi Mulia I	5	2%
Rumah Sakit Ibu dan Anak Bahagia	6	3%
Rumah Sakit Universitas Hasanuddin	11	5%
Rumah Sakit Umum Daerah Daya	8	4%
Rumah Sakit Stella Maris	6	3%
Siloam Hospital Makassar	6	3%
Rumah Sakit 45 Makassar	6	3%
Rumah Sakit Umum Labuang Baji	6	3%
Rumah Sakit Ibu dan Anak Ananda	6	3%
Rumah Sakit Pelamonia	8	4%
Rumah Sakit Lanal Makassar	6	3%
Rumah Sakit Kepolisian Bhayangkara	6	3%
Total	210	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Karakteristik Responden Berdasarkan Rumah Sakit Khusus Tempat Berobat

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Rumah Sakit Jiwa Makassar	48	31%
Rumah Sakit Kusta Makassar	53	69%
Total	101	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017.



LAMPIRAN 5 DISTRIBUSI FREKUENSI RUMAH SAKIT UMUM

Distribusi Frekuensi Item Variabel Tangible (X_1)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	4	1,9%	12	5,7%	63	30%	66	31,4%	65	31%	3.75%
X1.2	2	1%	18	8,6%	52	24,8%	84	40%	54	25,7%	3.80%
X1.3	7	3,3%	23	11%	72	34,3%	66	31,4%	42	20%	3.59%
X1.4	1	0,5%	17	8,1%	39	18,6%	85	40,5%	68	32,4%	3.93%
X1.5	2	1%	17	8,1%	77	36,7%	68	32,4%	46	21,9%	3.68%
X1.6	0	0%	22	10,5%	59	28,1%	83	39,5%	46	21,9%	3.78%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Tangible ($X_{1,1}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	4	$n_1 \times 1$	4×1	4
2	SS	12	$n_2 \times 2$	12×2	24
3	N	63	$n_3 \times 3$	63×3	189
4	S	66	$n_4 \times 4$	66×4	264
5	SS	65	$n_5 \times 5$	65×5	325
	Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$		806
	Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$	$\frac{806}{1.050} \times 100$	77%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Tangible ($X_{1,2}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	2	$n_1 \times 1$	2×1	2
2	SS	18	$n_2 \times 2$	18×2	36
3	N	52	$n_3 \times 3$	52×3	156
4	S	84	$n_4 \times 4$	84×4	336
5	SS	54	$n_5 \times 5$	54×5	270
	Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$		800
	Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$	$\frac{800}{1.050} \times 100$	76%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Tangible (X_{1,3})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	7	$n_1 \times 1$	7×1	7
2	SS	23	$n_2 \times 2$	23×2	46
3	N	72	$n_3 \times 3$	72×3	216
4	S	66	$n_4 \times 4$	66×4	264
5	SS	42	$n_5 \times 5$	42×5	210
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			743
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{743}{1.050} \times 100$	71%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Tangible (X_{1,4})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	$n_1 \times 1$	1×1	1
2	SS	17	$n_2 \times 2$	17×2	34
3	N	39	$n_3 \times 3$	39×3	117
4	S	85	$n_4 \times 4$	85×4	340
5	SS	68	$n_5 \times 5$	68×5	340
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			832
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{832}{1.050} \times 100$	79%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Tangible (X_{1,5})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	2	$n_1 \times 1$	2×1	2
2	SS	17	$n_2 \times 2$	17×2	34
3	N	77	$n_3 \times 3$	77×3	231
4	S	68	$n_4 \times 4$	68×4	272
5	SS	46	$n_5 \times 5$	46×5	230
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			769
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{769}{1.050} \times 100$	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Tangible (X_{1,6})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	0	n1 x 1	0 x 1	0
2	SS	22	n2 x 2	22 x 2	44
3	N	59	n3 x 3	59 x 3	177
4	S	83	n4 x 4	83 x 4	332
5	SS	46	n5 x 5	46 x 5	230
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			783
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{783}{1.050} \times 100$	74%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Distribusi Frekuensi Item Variabel Reliability (X₂)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	3	1,4%	1	8,6%	48	22,9	8	40,5	5	26,7	3.83%
			8	%	5	%	6	%			
X2.2	4	1,9%	1	7,6%	43	20,5	8	40,5	6	29,5	3.92%
			6	%	5	%	2	%			
X2.3	3	1,4%	1	9%	49	23,3	7	37,1	6	29%	3.85%
			9	%	8	%	1	%			
X2.4	1	0,5%	2	13,3	56	26,7	7	37,1	4	22,4	3.68%
			8	%	8	%	7	%			

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Reliability (X_{2,1})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	3	n1 x 1	3 x 1	3
2	SS	18	n2 x 2	18 x 2	36
3	N	48	n3 x 3	48 x 3	144
4	S	85	n4 x 4	85 x 4	340
5	SS	56	n5 x 5	56 x 5	280
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			803
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{803}{1.050} \times 100$	76%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Reliability (X_{2,2})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	4	n1 x 1	4 x 1	4
2	SS	16	n2 x 2	16 x 2	32
3	N	43	n3 x 3	43 x 3	129
4	S	85	n4 x 4	85 x 4	340
5	SS	62	n5 x 5	62 x 5	310
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, \text{dst})$			815
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{815}{1.050} \times 100$	77%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Reliability (X_{2,3})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	3	n1 x 1	3 x 1	3
2	SS	19	n2 x 2	19 x 2	38
3	N	49	n3 x 3	49 x 3	147
4	S	78	n4 x 4	78 x 4	312
5	SS	61	n5 x 5	61 x 5	305
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, \text{dst})$			805
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{805}{1.050} \times 100$	76%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Reliability (X_{2,4})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	n1 x 1	1 x 1	1
2	SS	28	n2 x 2	28 x 2	56
3	N	56	n3 x 3	56 x 3	168
4	S	78	n4 x 4	78 x 4	312
5	SS	47	n5 x 5	47 x 5	235
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, \text{dst})$			772
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{772}{1.050} \times 100$	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Distribusi Frekuensi Item Variable Responsiveness (X₃)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X3.1	6	2,9%	2	11%	5	27,1%	7	33,8%	5	25,2%	3.67
X3.2	2	1%	2	11,4%	5	27,1%	8	39%	4	21,4%	3.70
X3.3	1	0,5%	1	8,1%	6	31,4%	8	39%	4	21%	3.73
X3.4	3	1,4%	2	10%	5	24,3%	8	40,5%	5	23,8%	3.73
X3.5	2	1%	2	9,5%	7	33,8%	7	35,2%	4	20,5%	3.62

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Responsiveness (X_{3,1})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	6	$n_1 \times 1$	6×1	6
2	SS	23	$n_2 \times 2$	23×2	46
3	N	57	$n_3 \times 3$	57×3	171
4	S	71	$n_4 \times 4$	71×4	284
5	SS	53	$n_5 \times 5$	53×5	265
	Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, dst)$		772
	Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$	$\frac{772}{1.050} \times 100$	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Responsiveness ($X_{3,2}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	2	$n1 \times 1$	2×1	2
2	SS	24	$n2 \times 2$	24×2	48
3	N	57	$n3 \times 3$	57×3	171
4	S	82	$n4 \times 4$	82×4	328
5	SS	45	$n5 \times 5$	45×5	225
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			774
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{774}{1.050} \times 100$	74%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Responsiveness ($X_{3,3}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	$n1 \times 1$	1×1	1
2	SS	17	$n2 \times 2$	17×2	34
3	N	66	$n3 \times 3$	66×3	198
4	S	82	$n4 \times 4$	82×4	328
5	SS	44	$n5 \times 5$	44×5	220
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			781
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{781}{1.050} \times 100$	74%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Responsiveness ($X_{3,4}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	3	$n1 \times 1$	3×1	3
2	SS	21	$n2 \times 2$	21×2	42
3	N	51	$n3 \times 3$	51×3	153
4	S	85	$n4 \times 4$	85×4	340
5	SS	50	$n5 \times 5$	50×5	250
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			788
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{788}{1.050} \times 100$	75%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Responsiveness ($X_{3,5}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	2	$n1 \times 1$	2×1	2
2	SS	20	$n2 \times 2$	20×2	40
3	N	71	$n3 \times 3$	71×3	213
4	S	74	$n4 \times 4$	74×4	296
5	SS	43	$n5 \times 5$	43×5	215
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			766
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$			$\frac{766}{1.050} \times 100$ 73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Distribusi Frekuensi Item Variable Assurance (X_4)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X4.1	3	1,4%	2	10%	4	19%	9	45,7%	5	23,8%	3.79
X4.2	4	1,9%	1	6,7%	3	18,1%	9	45,7%	5	27,6%	3.92
X4.3	4	1,9%	1	8,6%	5	27,6%	7	37,1%	5	24,8%	3.77

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Assurance ($X_{4,1}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	3	$n1 \times 1$	3×1	3
2	SS	21	$n2 \times 2$	21×2	42
3	N	40	$n3 \times 3$	40×3	120
4	S	96	$n4 \times 4$	96×4	384
5	SS	50	$n5 \times 5$	50×5	250
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			799
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$			$\frac{799}{1.050} \times 100$ 76%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Assurance (X_{4.2})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	4	n1 x 1	4 x 1	4
2	SS	14	n2 x 2	14 x 2	28
3	N	38	n3 x 3	38 x 3	114
4	S	96	n4 x 4	96 x 4	384
5	SS	58	n5 x 5	58 x 5	290
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			820
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{820}{1.050} \times 100$	78%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Assurance (X_{4.3})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	4	n1 x 1	4 x 1	4
2	SS	18	n2 x 2	18 x 2	36
3	N	58	n3 x 3	58 x 3	174
4	S	78	n4 x 4	78 x 4	312
5	SS	52	n5 x 5	52 x 5	260
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			786
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{786}{1.050} \times 100$	75%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Distribusi Frekuensi Item Variable Emphaty (X₅)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X5.1	1	0,5%	1	9%	6	29,5%	8	41,4%	4	19,5%	3.70
X5.2	2	1%	1	8,6%	5	25,2%	9	43,8%	4	21,4%	3.77
X5.3	0	0%	1	9%	6	29,5%	9	44,8%	3	16,7%	3.67

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Emphaty (X_{5,1})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	$n_1 \times 1$	1×1	1
2	SS	19	$n_2 \times 2$	19×2	38
3	N	62	$n_3 \times 3$	62×3	186
4	S	87	$n_4 \times 4$	87×4	348
5	SS	41	$n_5 \times 5$	41×5	205
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			778
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{778}{1.050} \times 100$	74%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Emphaty (X_{5,2})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	2	$n_1 \times 1$	2×1	2
2	SS	18	$n_2 \times 2$	18×2	36
3	N	53	$n_3 \times 3$	53×3	159
4	S	92	$n_4 \times 4$	92×4	368
5	SS	45	$n_5 \times 5$	45×5	225
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			790
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{790}{1.050} \times 100$	75%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Responsiveness (X_{5,3})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	0	$n_1 \times 1$	0×1	0
2	SS	19	$n_2 \times 2$	19×2	38
3	N	62	$n_3 \times 3$	62×3	186
4	S	94	$n_4 \times 4$	94×4	376
5	SS	35	$n_5 \times 5$	35×5	175
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			775
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{775}{1.050} \times 100$	74%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Distribusi Frekuensi Item Variable Accessibility (X_6)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X6.1	4	1,9%	1	6,2%	5	23,8%	8	38,6%	6	29,5%	3.90
X6.2	4	1,9%	1	7,6%	4	21,9%	7	37,1%	6	31,4%	3.91
X6.3	3	1,4%	2	9,5%	5	28,1%	7	35,7%	5	25,2%	3.74

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Accessibility ($X_{6,1}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	4	$n_1 \times 1$	4×1	4
2	SS	13	$n_2 \times 2$	13×2	26
3	N	50	$n_3 \times 3$	50×3	150
4	S	81	$n_4 \times 4$	81×4	324
5	SS	62	$n_5 \times 5$	62×5	310
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			810
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{810}{1.050} \times 100$	77%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Responsiveness ($X_{6,2}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	4	$n_1 \times 1$	4×1	4
2	SS	16	$n_2 \times 2$	16×2	32
3	N	46	$n_3 \times 3$	46×3	138
4	S	78	$n_4 \times 4$	78×4	312
5	SS	66	$n_5 \times 5$	66×5	330
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			816
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{816}{1.050} \times 100$	78%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Responsiveness ($X_{6,3}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	3	$n_1 \times 1$	3×1	3
2	SS	20	$n_2 \times 2$	20×2	40
3	N	59	$n_3 \times 3$	59×3	177
4	S	75	$n_4 \times 4$	75×4	300
5	SS	53	$n_5 \times 5$	53×5	265
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			785
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{785}{1.050} \times 100$	75%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Distribusi Frekuensi Item Variable Courtesy (X_7)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X7.1	2	1%	2	11%	6	30,5	6	30,5	5	27,1	3.70
			3		4	%	4	%	7	%	%
X7.2	1	0,5%	2	11%	6	29,5	7	34,8	5	24,3	3.71
			3		2	%	3	%	1	%	%
X7.3	5	2,4%	2	11%	6	31,9	6	30,5	5	24,3	3.64
			3		7	%	4	%	1	%	%
X7.4	4	1,9%	2	10,5	6	32,4	7	34,8	4	23,3	3.66
			2	%	2	%	3	%	9	%	%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Courtesy ($X_{7,1}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	2	$n_1 \times 1$	2×1	2
2	SS	23	$n_2 \times 2$	23×2	46
3	N	64	$n_3 \times 3$	64×3	192
4	S	64	$n_4 \times 4$	64×4	256
5	SS	57	$n_5 \times 5$	57×5	285
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			781
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{781}{1.050} \times 100$	74%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Courtesy (X_{7,2})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	$n_1 \times 1$	1×1	1
2	SS	23	$n_2 \times 2$	23×2	46
3	N	62	$n_3 \times 3$	62×3	186
4	S	73	$n_4 \times 4$	73×4	292
5	SS	51	$n_5 \times 5$	51×5	255
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			780
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{780}{1.050} \times 100$	74%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Courtesy (X_{7,3})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	5	$n_1 \times 1$	5×1	5
2	SS	23	$n_2 \times 2$	23×2	46
3	N	67	$n_3 \times 3$	67×3	201
4	S	64	$n_4 \times 4$	64×4	256
5	SS	51	$n_5 \times 5$	51×5	255
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			763
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{763}{1.050} \times 100$	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Courtesy (X_{7,4})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	4	$n_1 \times 1$	4×1	4
2	SS	22	$n_2 \times 2$	22×2	44
3	N	62	$n_3 \times 3$	62×3	186
4	S	73	$n_4 \times 4$	73×4	292
5	SS	49	$n_5 \times 5$	49×5	245
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			771
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{771}{1.050} \times 100$	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Distribusi Frekuensi Item Variable Communication (X₈)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X8.1	4	1,9%	23	11%	6	30%	7	36,2%	4	21%	3.64
X8.2	2	1%	22	10,5%	6	31,9%	7	35,7%	4	21%	3.70

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Communication (X_{8,1})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	4	n1 x 1	4 x 1	4
2	SS	23	n2 x 2	23 x 2	46
3	N	63	n3 x 3	63 x 3	189
4	S	76	n4 x 4	76 x 4	304
5	SS	44	n5 x 5	44 x 5	220
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			763
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{763}{1.050} \times 100$	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Communication (X_{8,2})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	2	n1 x 1	2 x 1	2
2	SS	22	n2 x 2	22 x 2	44
3	N	67	n3 x 3	67 x 3	201
4	S	75	n4 x 4	75 x 4	300
5	SS	44	n5 x 5	44 x 5	220
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			767
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{767}{1.050} \times 100$	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Distribusi Frekuensi Item Variable Credibility (X₉)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X9.1	3	1,4%	2	9,5%	5	28,1%	8	42,4%	3	18,6%	3.71
X9.2	3	1,4%	1	9%	5	26,2%	7	37,6%	5	25,7%	3.78
X9.3	3	1,4%	2	9,5%	5	25,2%	8	39%	5	24,8%	3.75

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (X_{9,1})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	3	n1 x 1	3 x 1	3
2	SS	20	n2 x 2	20 x 2	40
3	N	59	n3 x 3	59 x 3	177
4	S	89	n4 x 4	89 x 4	356
5	SS	39	n5 x 5	39 x 5	195
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			771
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{771}{1.050} \times 100$	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (X_{9,2})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	3	n1 x 1	3 x 1	3
2	SS	19	n2 x 2	19 x 2	38
3	N	55	n3 x 3	55 x 3	165
4	S	79	n4 x 4	79 x 4	316
5	SS	54	n5 x 5	54 x 5	270
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			792
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{792}{1.050} \times 100$	75%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (X_{9,3})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	3	n1 x 1	3 x 1	3
2	SS	20	n2 x 2	20 x 2	40
3	N	53	n3 x 3	53 x 3	159
4	S	82	n4 x 4	82 x 4	328
5	SS	52	n5 x 5	52 x 5	260
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			790
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{790}{1.050} \times 100$	75%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Distribusi Frekuensi Item Variable Kepuasan Pengguna Jasa (Y)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1.1	2	1%	2	10%	6	31,9	7	36,7	4	20,5	3.62
			1		7	%	7	%	3	%	%
Y1.2	2	1%	2	11%	6	31,4	7	34,8	4	21,9	3.62
			3		6	%	3	%	6	%	%
Y1.3	5	2,4	2	12,9	6	30%	7	35,7	4	19%	3.57
		%	7	%	3		5	%	0		%
Y1.4	3	1,4	2	13,8	6	28,6	8	38,1	3	18,1	3.57
		%	9	%	0	%	0	%	8	%	%
Y1.5	3	1,4	2	12,4	7	33,3	6	32,9	4	20%	3.60
		%	6	%	0	%	9	%	2		%
Y1.6	7	3,3	2	10,5	4	21,9	9	43,3	4	21%	3.66
		%	2	%	6	%	1	%	4		%
Y1.7	4	1,9	1	8,1%	6	31,4	7	36,2	4	22,4	3.64
		%	7		6	%	6	%	7	%	%
Y1.8	4	1,9	2	10%	6	32,4	7	37,6	3	18,1	3.59
		%	1		8	%	9	%	8	%	%
Y1.9	5	2,4	1	8,6%	6	30%	7	37,6	4	21,4	3.66
		%	8		3		9	%	5	%	%

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (Y_{1.1})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	2	n1 x 1	2 x 1	2
2	SS	21	n2 x 2	21 x 2	42
3	N	67	n3 x 3	67 x 3	201
4	S	77	n4 x 4	77 x 4	308
5	SS	43	n5 x 5	43 x 5	215
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			768
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{768}{1.050} \times 100$	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (Y_{1.2})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	2	n1 x 1	2 x 1	2
2	SS	23	n2 x 2	23 x 2	46
3	N	66	n3 x 3	66 x 3	198
4	S	73	n4 x 4	73 x 4	292
5	SS	46	n5 x 5	46 x 5	230
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			768
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{768}{1.050} \times 100$	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (Y_{1.3})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	5	n1 x 1	5 x 1	5
2	SS	27	n2 x 2	27 x 2	54
3	N	63	n3 x 3	63 x 3	189
4	S	75	n4 x 4	75 x 4	300
5	SS	40	n5 x 5	40 x 5	200
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			748
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{748}{1.050} \times 100$	71%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (Y_{1.4})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	3	$n_1 \times 1$	3×1	3
2	SS	29	$n_2 \times 2$	29×2	58
3	N	60	$n_3 \times 3$	60×3	180
4	S	60	$n_4 \times 4$	60×4	240
5	SS	38	$n_5 \times 5$	38×5	190
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			671
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{671}{1.050} \times 100$	64%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (Y_{1.5})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	3	$n_1 \times 1$	3×1	3
2	SS	26	$n_2 \times 2$	26×2	52
3	N	70	$n_3 \times 3$	70×3	210
4	S	69	$n_4 \times 4$	69×4	276
5	SS	42	$n_5 \times 5$	42×5	210
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			751
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{751}{1.050} \times 100$	72%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (Y_{1.6})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	7	$n_1 \times 1$	7×1	7
2	SS	22	$n_2 \times 2$	22×2	44
3	N	46	$n_3 \times 3$	46×3	138
4	S	91	$n_4 \times 4$	91×4	364
5	SS	44	$n_5 \times 5$	44×5	220
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			773
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{773}{1.050} \times 100$	74%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (Y_{1.7})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	4	$n_1 \times 1$	4×1	4
2	SS	17	$n_2 \times 2$	17×2	34
3	N	66	$n_3 \times 3$	66×3	198
4	S	76	$n_4 \times 4$	76×4	304
5	SS	47	$n_5 \times 5$	47×5	235
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			775
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{775}{1.050} \times 100$	74%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (Y_{1.8})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	4	$n_1 \times 1$	4×1	4
2	SS	21	$n_2 \times 2$	21×2	42
3	N	68	$n_3 \times 3$	68×3	204
4	S	79	$n_4 \times 4$	79×4	316
5	SS	38	$n_5 \times 5$	38×5	190
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			756
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{756}{1.050} \times 100$	72%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (Y_{1.9})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	5	$n_1 \times 1$	5×1	5
2	SS	18	$n_2 \times 2$	18×2	36
3	N	63	$n_3 \times 3$	63×3	189
4	S	79	$n_4 \times 4$	79×4	316
5	SS	45	$n_5 \times 5$	45×5	225
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			771
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{771}{1.050} \times 100$	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

LAMPIRAN 6 DISTRIBUSI FREKUENSI RUMAH SAKIT KHUSUS

Distribusi Frekuensi Item Variabel Tangible (X₁)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	1	1%	7	6,9%	2	20,8%	3	38,6%	3	32,7%	3.75
X1.2	1	1%	9	8,9%	1	18,8%	4	45,5%	2	25,7%	3.80
X1.3	5	5%	9	8,9%	2	27,7%	3	37,6%	2	20,8%	3.59
X1.4	1	1%	6	5,9%	1	14,9%	4	42,6%	3	35,6%	3.93
X1.5	0	0%	1	10,9%	3	35,6%	3	33,7%	2	19,8%	3.68
X1.6	0	0%	9	8,9%	2	22,8%	4	46,5%	2	21,8%	3.78

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Tangible (X_{1,1})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	n1 x 1	1 x 1	1
2	SS	7	n2 x 2	7 x 2	14
3	N	21	n3 x 3	21 x 3	63
4	S	39	n4 x 4	39 x 4	156
5	SS	33	n5 x 5	33 x 5	165
	Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$		399
	Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$	$\frac{399}{505} \times 100$	79%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Tangible (X_{1,2})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	$n1 \times 1$	1×1	1
2	SS	9	$n2 \times 2$	9×2	18
3	N	19	$n3 \times 3$	19×3	57
4	S	46	$n4 \times 4$	46×4	184
5	SS	26	$n5 \times 5$	26×5	130
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			390
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{390}{505} \times 100$	77%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Tangible (X_{1,3})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	5	$n1 \times 1$	5×1	5
2	SS	9	$n2 \times 2$	9×2	18
3	N	28	$n3 \times 3$	28×3	84
4	S	38	$n4 \times 4$	38×4	152
5	SS	21	$n5 \times 5$	21×5	105
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			364
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{364}{505} \times 100$	72%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Tangible (X_{1,4})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	$n1 \times 1$	1×1	1
2	SS	6	$n2 \times 2$	6×2	12
3	N	15	$n3 \times 3$	15×3	45
4	S	43	$n4 \times 4$	43×4	172
5	SS	36	$n5 \times 5$	36×5	180
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			410
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{410}{505} \times 100$	81%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Tangible (X_{1,5})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	0	n1 x 1	0 x 1	0
2	SS	11	n2 x 2	11 x 2	22
3	N	36	n3 x 3	36 x 3	108
4	S	34	n4 x 4	34 x 4	136
5	SS	20	n5 x 5	20 x 5	100
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			366
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$			$\frac{366}{505} \times 100$ 72%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Tangible (X_{1,6})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	0	n1 x 1	0 x 1	0
2	SS	9	n2 x 2	9 x 2	18
3	N	23	n3 x 3	23 x 3	69
4	S	47	n4 x 4	47 x 4	188
5	SS	22	n5 x 5	22 x 5	110
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			385
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$			$\frac{385}{505} \times 100$ 76%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Distribusi Frekuensi Item Variabel Reliability (X₂)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	1	1%	8	7,9%	2	19,8%	4	40,6%	3	30,7%	3.83
X2.2	0	0%	8	7,9%	1	13,9%	4	45,5%	3	32,7%	3.92
X2.3	1	1%	5	5%	2	19,8%	4	42,6%	3	31,7%	3.85
X2.4	0	0%	1	11,9%	2	26,7%	4	40,6%	2	20,8%	3.68

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Reliability (X_{2.1})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	$n_1 \times 1$	1×1	1
2	SS	8	$n_2 \times 2$	8×2	16
3	N	20	$n_3 \times 3$	20×3	60
4	S	41	$n_4 \times 4$	41×4	164
5	SS	31	$n_5 \times 5$	31×5	155
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			396
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{396}{505} \times 100$	78%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Reliability (X_{2.2})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	0	$n_1 \times 1$	0×1	0
2	SS	8	$n_2 \times 2$	8×2	16
3	N	14	$n_3 \times 3$	14×3	42
4	S	46	$n_4 \times 4$	46×4	184
5	SS	33	$n_5 \times 5$	33×5	165
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			407
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{407}{505} \times 100$	81%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Reliability (X_{2.3})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	$n_1 \times 1$	1×1	1
2	SS	5	$n_2 \times 2$	5×2	10
3	N	20	$n_3 \times 3$	20×3	60
4	S	43	$n_4 \times 4$	43×4	86
5	SS	32	$n_5 \times 5$	32×5	160
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			317
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{317}{505} \times 100$	63%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Reliability ($X_{2,4}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	0	$n_1 \times 1$	0×1	0
2	SS	12	$n_2 \times 2$	12×2	24
3	N	27	$n_3 \times 3$	27×3	81
4	S	41	$n_4 \times 4$	41×4	164
5	SS	21	$n_5 \times 5$	21×5	105
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			374
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{374}{505} \times 100$	74%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Distribusi Frekuensi Item Variable Responsiveness (X_3)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X3.1	1	1%	1	11,9%	2	26,7%	4	39,6%	2	20,8%	3.67
X3.2	0	0%	9	8,9%	2	26,7%	4	43,6%	2	20,8%	3.70
X3.3	0	0%	5	5%	3	32,7%	4	40,6%	2	21,8%	3.73
X3.4	0	0%	7	6,9%	2	24,8%	4	46,5%	2	21,8%	3.73
X3.5	0	0%	1	9,9%	3	34,7%	3	38,6%	1	16,8%	3.62

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Responsiveness ($X_{3,1}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	$n1 \times 1$	1×1	1
2	SS	12	$n2 \times 2$	12×2	24
3	N	27	$n3 \times 3$	27×3	81
4	S	40	$n4 \times 4$	40×4	160
5	SS	21	$n5 \times 5$	21×5	105
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, \text{dst})$			371
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{371}{505} \times 100$	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Responsiveness ($X_{3,2}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	0	$n1 \times 1$	0×1	0
2	SS	9	$n2 \times 2$	9×2	18
3	N	27	$n3 \times 3$	27×3	81
4	S	44	$n4 \times 4$	44×4	176
5	SS	21	$n5 \times 5$	21×5	105
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, \text{dst})$			380
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{380}{505} \times 100$	75%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Responsiveness ($X_{3,3}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	0	$n1 \times 1$	0×1	0
2	SS	5	$n2 \times 2$	5×2	10
3	N	33	$n3 \times 3$	33×3	99
4	S	41	$n4 \times 4$	41×4	164
5	SS	22	$n5 \times 5$	22×5	110
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, \text{dst})$			383
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{383}{505} \times 100$	76%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Responsiveness (X_{3,4})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	0	n1 x 1	0 x 1	0
2	SS	7	n2 x 2	7 x 2	14
3	N	25	n3 x 3	25 x 3	75
4	S	47	n4 x 4	47 x 4	188
5	SS	22	n5 x 5	22 x 5	110
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			387
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$			$\frac{387}{505} \times 100$ 77%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Responsiveness (X_{3,5})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	0	n1 x 1	0 x 1	0
2	SS	10	n2 x 2	10 x 2	20
3	N	35	n3 x 3	35 x 3	105
4	S	39	n4 x 4	39 x 4	156
5	SS	17	n5 x 5	17 x 5	85
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			366
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$			$\frac{366}{505} \times 100$ 72%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Distribusi Frekuensi Item Variable Assurance (X₄)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X4.1	0	0%	8	7,9%	1	17,8%	5	51,5%	2	22,8%	3.79
X4.2	1	1%	6	5,9%	1	9,9%	5	56,4%	2	26,7%	3.92
X4.3	3	3%	6	5,9%	2	23,8%	4	46,5%	2	20,8%	3.77

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Assurance ($X_{4.1}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	0	$n1 \times 1$	0×1	0
2	SS	8	$n2 \times 2$	8×2	16
3	N	18	$n3 \times 3$	18×3	54
4	S	52	$n4 \times 4$	52×4	208
5	SS	23	$n5 \times 5$	23×5	115
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			393
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{393}{505} \times 100$	78%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Assurance ($X_{4.2}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	$n1 \times 1$	1×1	1
2	SS	6	$n2 \times 2$	6×2	12
3	N	10	$n3 \times 3$	10×3	30
4	S	57	$n4 \times 4$	57×4	228
5	SS	27	$n5 \times 5$	27×5	135
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			406
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{406}{505} \times 100$	80%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Assurance ($X_{4.3}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	3	$n1 \times 1$	3×1	3
2	SS	6	$n2 \times 2$	6×2	12
3	N	24	$n3 \times 3$	24×3	72
4	S	47	$n4 \times 4$	47×4	188
5	SS	21	$n5 \times 5$	21×5	105
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			380
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{380}{505} \times 100$	75%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Distribusi Frekuensi Item Variable Emphaty (X₅)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X5.1	0	0%	8	7,9%	2	27,7%	4	46,5%	1	17,8%	3.70
X5.2	1	1%	7	6,9%	2	19,8%	5	50,5%	2	21,8%	3.77
X5.3	0	0%	9	8,9%	2	28,7%	4	48,5%	1	13,9%	3.67

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Emphaty (X_{5,1})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	0	$n_1 \times 1$	0×1	0
2	SS	8	$n_2 \times 2$	8×2	16
3	N	28	$n_3 \times 3$	28×3	84
4	S	47	$n_4 \times 4$	47×4	188
5	SS	18	$n_5 \times 5$	18×5	90
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			378
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{378}{505} \times 100$	75%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Emphaty (X_{5,2})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	$n_1 \times 1$	1×1	1
2	SS	7	$n_2 \times 2$	7×2	14
3	N	20	$n_3 \times 3$	20×3	60
4	S	51	$n_4 \times 4$	51×4	204
5	SS	22	$n_5 \times 5$	22×5	110
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			389
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{389}{505} \times 100$	77%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Responsiveness ($X_{5,3}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	0	$n1 \times 1$	0×1	0
2	SS	9	$n2 \times 2$	9×2	18
3	N	29	$n3 \times 3$	29×3	87
4	S	49	$n4 \times 4$	49×4	196
5	SS	14	$n5 \times 5$	14×5	70
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			371
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{371}{505} \times 100$	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Distribusi Frekuensi Item Variable Accessibility (X_6)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X6.1	3	3%	6	5,9%	1	17,8%	4	43,6%	3	29,7%	3.90
X6.2	2	2%	9	8,9%	1	13,9%	4	41,6%	3	33,7%	3.91
X6.3	2	2%	9	8,9%	2	26,7%	3	35,6%	2	26,7%	3.74

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Accessibility ($X_{6,1}$)

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	3	$n1 \times 1$	3×1	3
2	SS	6	$n2 \times 2$	6×2	12
3	N	18	$n3 \times 3$	18×3	54
4	S	44	$n4 \times 4$	44×4	176
5	SS	30	$n5 \times 5$	30×5	150
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			395
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{395}{505} \times 100$	78%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Responsiveness (X_{6,2})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	0	n1 x 1	0 x 1	0
2	SS	9	n2 x 2	9 x 2	18
3	N	14	n3 x 3	14 x 3	42
4	S	42	n4 x 4	42 x 4	168
5	SS	34	n5 x 5	34 x 5	170
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			398
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$			$\frac{398}{505} \times 100$ 79%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Responsiveness (X_{6,3})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	2	n1 x 1	2 x 1	2
2	SS	9	n2 x 2	9 x 2	18
3	N	27	n3 x 3	27 x 3	81
4	S	36	n4 x 4	36 x 4	144
5	SS	27	n5 x 5	27 x 5	135
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			380
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$			$\frac{380}{505} \times 100$ 75%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Distribusi Frekuensi Item Variable Courtesy (X₇)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X7.1	0	0%	8	7,9%	2	26,7%	3	36,6%	2	28,7%	3.70
X7.2	1	1%	9	8,9%	2	24,8%	4	41,6%	2	23,8%	3.71
X7.3	3	3%	9	8,9%	3	29,7%	3	34,7%	2	23,8%	3.64
X7.4	1	1%	8	7,9%	2	25,7%	3	38,6%	2	26,7%	3.66

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Courtesy (X_{7,1})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	0	$n_1 \times 1$	0×1	0
2	SS	8	$n_2 \times 2$	8×2	16
3	N	27	$n_3 \times 3$	27×3	81
4	S	37	$n_4 \times 4$	37×4	148
5	SS	29	$n_5 \times 5$	29×5	145
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			390
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{390}{505} \times 100$	77%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Courtesy (X_{7,2})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	$n_1 \times 1$	1×1	1
2	SS	9	$n_2 \times 2$	9×2	18
3	N	25	$n_3 \times 3$	25×3	75
4	S	42	$n_4 \times 4$	42×4	168
5	SS	24	$n_5 \times 5$	24×5	120
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			382
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{382}{505} \times 100$	76%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Courtesy (X_{7,3})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	3	$n_1 \times 1$	3×1	3
2	SS	9	$n_2 \times 2$	9×2	18
3	N	30	$n_3 \times 3$	30×3	90
4	S	35	$n_4 \times 4$	35×4	140
5	SS	24	$n_5 \times 5$	24×5	120
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			371
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{371}{505} \times 100$	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Courtesy (X_{7,4})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	$n_1 \times 1$	1×1	1
2	SS	8	$n_2 \times 2$	8×2	16
3	N	26	$n_3 \times 3$	26×3	78
4	S	39	$n_4 \times 4$	39×4	156
5	SS	27	$n_5 \times 5$	27×5	135
Total Nilai n			$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$		386
Keputusan			$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$	$\frac{386}{505} \times 100$	76%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Distribusi Frekuensi Item Variable Communication (X₈)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X8.1	2	2%	6	5,9%	3	32,7%	3	34,7%	2	24,8%	3.64
X8.2	1	1%	7	6,9%	3	34,7%	3	36,6%	2	20,8%	3.70

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Communication (X_{8,1})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	2	$n_1 \times 1$	2×1	2
2	SS	6	$n_2 \times 2$	6×2	12
3	N	33	$n_3 \times 3$	33×3	99
4	S	35	$n_4 \times 4$	35×4	140
5	SS	25	$n_5 \times 5$	25×5	125
Total Nilai n			$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$		378
Keputusan			$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$	$\frac{378}{505} \times 100$	75%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Communication (X_{8,2})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	n1 x 1	1 x 1	1
2	SS	7	n2 x 2	7 x 2	14
3	N	35	n3 x 3	35 x 3	105
4	S	37	n4 x 4	37 x 4	148
5	SS	21	n5 x 5	21 x 5	105
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			373
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{373}{505} \times 100$	74%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Distribusi Frekuensi Item Variable Credibility (X₉)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X9.1	1	1%	6	5,9%	2	27,7%	4	48,5%	1	16,8%	3.71
X9.2	0	0%	8	7,9%	2	24,8%	4	42,6%	2	24,8%	3.78
X9.3	0	0%	1	9,9%	2	20,8%	4	44,6%	2	24,8%	3.75

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (X_{9,1})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	n1 x 1	1 x 1	1
2	SS	6	n2 x 2	6 x 2	12
3	N	28	n3 x 3	28 x 3	84
4	S	49	n4 x 4	49 x 4	196
5	SS	17	n5 x 5	17 x 5	85
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			378
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{378}{505} \times 100$	75%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (X_{9,2})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	0	n1 x 1	0 x 1	0
2	SS	8	n2 x 2	8 x 2	16
3	N	25	n3 x 3	25 x 3	75
4	S	43	n4 x 4	43 x 4	172
5	SS	25	n5 x 5	25 x 5	125
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			388
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$			$\frac{388}{505} \times 100$ 77%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (X_{9,3})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	0	n1 x 1	0 x 1	0
2	SS	10	n2 x 2	10 x 2	20
3	N	21	n3 x 3	21 x 3	63
4	S	45	n4 x 4	45 x 4	180
5	SS	25	n5 x 5	25 x 5	125
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			388
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$			$\frac{388}{505} \times 100$ 77%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Distribusi Frekuensi Item Variable Kepuasan Pengguna Jasa (Y)

Item	STS		TS		KS		S		SS		Mea n
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1.1	1	1	8	7,9%	2	27,7	4	45,5	1	17,8	3.62
		%			8	%	6	%	8	%	%
Y1.2	1	1	9	8,9%	2	28,7	4	39,6	2	21,8	3.62
		%			9	%	0	%	2	%	%
Y1.3	2	2	1	10,9	3	29,7	4	41,6	1	15,8	3.57
		%	1	%	0	%	2	%	6	%	%
Y1.4	1	1	1	11,9	2	25,7	4	44,6	1	16,8	3.57
		%	2	%	6	%	5	%	7	%	%
Y1.5	1	1	1	9,9%	3	32,7	3	35,6	2	20,8	3.60

		%	0		3	%	6	%	1	%	%
Y1.6	4	4	1	14,9	1	14,9	4	43,6	2	22,8	3.66
		%	5	%	5	%	4	%	3	%	%
Y1.7	1	1	1	9,9%	2	27,7	3	38,6	2	22,8	3.64
		%	0		8	%	9	%	3	%	%
Y1.8	1	1	8	7,9%	2	27,7	4	43,6	2	19,8	3.59
		%			8	%	4	%	0	%	%
Y1.9	1	1	7	6,9%	2	27,7	4	43,6	2	20,8	3.66
		%			8	%	4	%	1	%	%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (Y_{1.1})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	n1 x 1	1 x 1	1
2	SS	8	n2 x 2	8 x 2	16
3	N	28	n3 x 3	28 x 3	84
4	S	46	n4 x 4	46 x 4	184
5	SS	18	n5 x 5	18 x 5	90
	Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$		375
	Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$	$\frac{375}{505} \times 100$	74%

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (Y_{1.2})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	n1 x 1	1 x 1	1
2	SS	9	n2 x 2	9 x 2	18
3	N	29	n3 x 3	29 x 3	87
4	S	40	n4 x 4	40 x 4	160
5	SS	22	n5 x 5	22 x 5	110
	Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$		376
	Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$	$\frac{376}{505} \times 100$	74%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (Y_{1.3})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	2	$n_1 \times 1$	2×1	2
2	SS	11	$n_2 \times 2$	11×2	22
3	N	30	$n_3 \times 3$	30×3	90
4	S	42	$n_4 \times 4$	42×4	168
5	SS	16	$n_5 \times 5$	16×5	80
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			362
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{362}{505} \times 100$	72%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (Y_{1.4})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	$n_1 \times 1$	1×1	1
2	SS	12	$n_2 \times 2$	12×2	24
3	N	26	$n_3 \times 3$	26×3	78
4	S	45	$n_4 \times 4$	45×4	180
5	SS	17	$n_5 \times 5$	17×5	85
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			368
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{368}{505} \times 100$	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (Y_{1.5})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	$n_1 \times 1$	1×1	1
2	SS	10	$n_2 \times 2$	10×2	20
3	N	33	$n_3 \times 3$	33×3	99
4	S	36	$n_4 \times 4$	36×4	144
5	SS	21	$n_5 \times 5$	21×5	105
Total Nilai n		$\Sigma (n_1 \times 1 + n_2 \times 2, \dots, \text{dst})$			369
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{369}{505} \times 100$	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (Y_{1.6})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	4	$n1 \times 1$	4×1	4
2	SS	15	$n2 \times 2$	15×2	30
3	N	15	$n3 \times 3$	15×3	45
4	S	44	$n4 \times 4$	44×4	176
5	SS	23	$n5 \times 5$	23×5	115
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			370
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{370}{505} \times 100$	73%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (Y_{1.7})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	$n1 \times 1$	1×1	1
2	SS	10	$n2 \times 2$	10×2	20
3	N	28	$n3 \times 3$	28×3	84
4	S	39	$n4 \times 4$	39×4	156
5	SS	23	$n5 \times 5$	23×5	115
Total Nilai n		$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$			376
Keputusan		$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$		$\frac{376}{505} \times 100$	74%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (Y_{1.8})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	$n1 \times 1$	1×1	1
2	SS	8	$n2 \times 2$	8×2	16
3	N	28	$n3 \times 3$	28×3	84
4	S	44	$n4 \times 4$	44×4	176
5	SS	20	$n5 \times 5$	20×5	100
Total Nilai n			$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$		377
Keputusan			$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$	$\frac{377}{505} \times 100$	75%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Perolehan nilai distribusi frekuensi item variabel Credibility (Y_{1.9})

No.	Kategori	F/n	Rumus	Proses	H
1	STS	1	$n1 \times 1$	1×1	1
2	SS	8	$n2 \times 2$	8×2	16
3	N	28	$n3 \times 3$	28×3	84
4	S	44	$n4 \times 4$	44×4	176
5	SS	20	$n5 \times 5$	20×5	100
Total Nilai n			$\Sigma (n1 \times 1 + n2 \times 2, \dots, dst)$		377
Keputusan			$\frac{\Sigma xxx}{5n} \times 100$	$\frac{377}{505} \times 100$	75%

Sumber : Data primer diolah, 2017.

LAMPIRAN 7 UJI VALIDITAS

Tangible X ₁	Reliability X ₂																																																																												
Correlations	Correlations																																																																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th style="text-align: center;">x1</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">X1.1</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.885**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X1.2</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.922**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X1.3</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.894**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X1.4</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.846**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X1.5</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.903**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X1.6</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.875**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> </tbody> </table>			x1	X1.1	Pearson Correlation	.885**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X1.2	Pearson Correlation	.922**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X1.3	Pearson Correlation	.894**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X1.4	Pearson Correlation	.846**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X1.5	Pearson Correlation	.903**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X1.6	Pearson Correlation	.875**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th style="text-align: center;">x2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">X2.1</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.921**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X2.2</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.938**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">142</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X2.3</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.946**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X2.4</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.892**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> </tbody> </table> <p>** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).</p>			x2	X2.1	Pearson Correlation	.921**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X2.2	Pearson Correlation	.938**	Sig. (2-tailed)	.000	N	142	X2.3	Pearson Correlation	.946**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X2.4	Pearson Correlation	.892**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143
		x1																																																																											
X1.1	Pearson Correlation	.885**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X1.2	Pearson Correlation	.922**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X1.3	Pearson Correlation	.894**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X1.4	Pearson Correlation	.846**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X1.5	Pearson Correlation	.903**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X1.6	Pearson Correlation	.875**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
		x2																																																																											
X2.1	Pearson Correlation	.921**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X2.2	Pearson Correlation	.938**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	142																																																																											
X2.3	Pearson Correlation	.946**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X2.4	Pearson Correlation	.892**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
Correlations	Correlations																																																																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th style="text-align: center;">x3</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">X3.1</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.912**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X3.2</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.939**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X3.3</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.944**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X3.4</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.896**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">142</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X3.5</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.931**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> </tbody> </table>			x3	X3.1	Pearson Correlation	.912**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X3.2	Pearson Correlation	.939**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X3.3	Pearson Correlation	.944**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X3.4	Pearson Correlation	.896**	Sig. (2-tailed)	.000	N	142	X3.5	Pearson Correlation	.931**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th style="text-align: center;">x4</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">X4.1</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.962**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X4.2</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.968**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X4.3</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.954**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> </tbody> </table> <p>** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).</p>			x4	X4.1	Pearson Correlation	.962**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X4.2	Pearson Correlation	.968**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X4.3	Pearson Correlation	.954**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143														
		x3																																																																											
X3.1	Pearson Correlation	.912**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X3.2	Pearson Correlation	.939**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X3.3	Pearson Correlation	.944**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X3.4	Pearson Correlation	.896**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	142																																																																											
X3.5	Pearson Correlation	.931**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
		x4																																																																											
X4.1	Pearson Correlation	.962**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X4.2	Pearson Correlation	.968**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X4.3	Pearson Correlation	.954**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
Correlations	Correlations																																																																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th style="text-align: center;">x3</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">X3.1</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.912**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X3.2</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.939**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X3.3</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.944**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X3.4</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.896**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">142</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X3.5</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.931**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> </tbody> </table>			x3	X3.1	Pearson Correlation	.912**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X3.2	Pearson Correlation	.939**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X3.3	Pearson Correlation	.944**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X3.4	Pearson Correlation	.896**	Sig. (2-tailed)	.000	N	142	X3.5	Pearson Correlation	.931**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th style="text-align: center;">x4</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">X4.1</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.962**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X4.2</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.968**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X4.3</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.954**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> </tbody> </table> <p>** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).</p>			x4	X4.1	Pearson Correlation	.962**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X4.2	Pearson Correlation	.968**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X4.3	Pearson Correlation	.954**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143														
		x3																																																																											
X3.1	Pearson Correlation	.912**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X3.2	Pearson Correlation	.939**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X3.3	Pearson Correlation	.944**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X3.4	Pearson Correlation	.896**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	142																																																																											
X3.5	Pearson Correlation	.931**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
		x4																																																																											
X4.1	Pearson Correlation	.962**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X4.2	Pearson Correlation	.968**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X4.3	Pearson Correlation	.954**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
Correlations	Correlations																																																																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th style="text-align: center;">x3</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">X3.1</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.912**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X3.2</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.939**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X3.3</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.944**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X3.4</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.896**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">142</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X3.5</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.931**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> </tbody> </table>			x3	X3.1	Pearson Correlation	.912**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X3.2	Pearson Correlation	.939**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X3.3	Pearson Correlation	.944**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X3.4	Pearson Correlation	.896**	Sig. (2-tailed)	.000	N	142	X3.5	Pearson Correlation	.931**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th style="text-align: center;">x4</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">X4.1</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.962**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X4.2</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.968**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X4.3</td> <td>Pearson Correlation</td> <td style="text-align: center;">.954**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td style="text-align: center;">.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td style="text-align: center;">143</td> </tr> </tbody> </table> <p>** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).</p>			x4	X4.1	Pearson Correlation	.962**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X4.2	Pearson Correlation	.968**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143	X4.3	Pearson Correlation	.954**	Sig. (2-tailed)	.000	N	143														
		x3																																																																											
X3.1	Pearson Correlation	.912**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X3.2	Pearson Correlation	.939**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X3.3	Pearson Correlation	.944**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X3.4	Pearson Correlation	.896**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	142																																																																											
X3.5	Pearson Correlation	.931**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
		x4																																																																											
X4.1	Pearson Correlation	.962**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X4.2	Pearson Correlation	.968**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											
X4.3	Pearson Correlation	.954**																																																																											
	Sig. (2-tailed)	.000																																																																											
	N	143																																																																											

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Empathy X₅

Correlations		x5
	Pearson Correlation	.937**
X5.1	Sig. (2-tailed)	.000
	N	142
	Pearson Correlation	.973**
X5.2	Sig. (2-tailed)	.000
	N	142
	Pearson Correlation	.955**
X5.3	Sig. (2-tailed)	.000
	N	142

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Accessibility X₆

Correlations		x6
	Pearson Correlation	.924**
X6.1	Sig. (2-tailed)	.000
	N	143
	Pearson Correlation	.916**
X6.2	Sig. (2-tailed)	.000
	N	143
	Pearson Correlation	.901**
X6.3	Sig. (2-tailed)	.000
	N	141

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Courtesy X₇

Correlations		x7
	Pearson Correlation	.955**
X7.1	Sig. (2-tailed)	.000
	N	143
	Pearson Correlation	.964**
X7.2	Sig. (2-tailed)	.000
	N	143
	Pearson Correlation	.953**
X7.3	Sig. (2-tailed)	.000
	N	143
	Pearson Correlation	.943**
X7.4	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Communication X₈

Correlations		x8
	Pearson Correlation	.977**
X8.1	Sig. (2-tailed)	.000
	N	142
	Pearson Correlation	.965**
X8.2	Sig. (2-tailed)	.000
	N	143

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Credibility X ₉			Kepuasan Y		
Correlations			Correlations		
		x9			Y1
X9.1	Pearson Correlation	.962**	Y1.1	Pearson Correlation	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	143		N	142
X9.2	Pearson Correlation	.973**	Y1.2	Pearson Correlation	.922**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	143		N	143
X9.3	Pearson Correlation	.973**	Y1.3	Pearson Correlation	.940**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	142		N	143
			Y1.4	Pearson Correlation	.937**
				Sig. (2-tailed)	.000
				N	143
			Y1.5	Pearson Correlation	.912**
				Sig. (2-tailed)	.000
				N	142
			Y1.6	Pearson Correlation	.895**
				Sig. (2-tailed)	.000
				N	143
			Y1.7	Pearson Correlation	.951**
				Sig. (2-tailed)	.000
				N	143
			Y1.8	Pearson Correlation	.934**
				Sig. (2-tailed)	.000
				N	142
			Y1.9	Pearson Correlation	.920**
				Sig. (2-tailed)	.000
				N	143

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN8 UJI RELIABILITAS

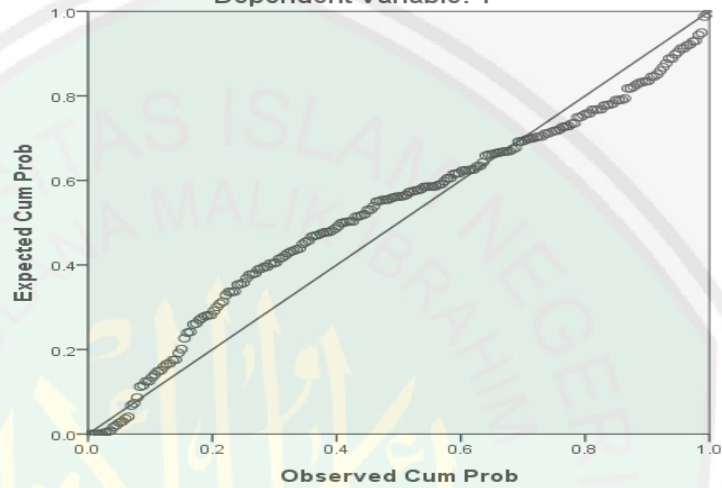
<p>Tangible (X₁)</p> <p>Reliability Statistics</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.813</td> <td>7</td> </tr> </tbody> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.813	7	<p>Reliability (X₂)</p> <p>Reliability Statistics</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.847</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.847	5
Cronbach's Alpha	N of Items								
.813	7								
Cronbach's Alpha	N of Items								
.847	5								
<p>Responsiveness (X₃)</p> <p>Reliability Statistics</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.830</td> <td>6</td> </tr> </tbody> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.830	6	<p>Assurance (X₄)</p> <p>Reliability Statistics</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.880</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.880	4
Cronbach's Alpha	N of Items								
.830	6								
Cronbach's Alpha	N of Items								
.880	4								
<p>Empathy (X₅)</p> <p>Reliability Statistics</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.882</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.882	4	<p>Accessibility (X₆)</p> <p>Reliability Statistics</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.868</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.868	4
Cronbach's Alpha	N of Items								
.882	4								
Cronbach's Alpha	N of Items								
.868	4								
<p>Courtesy (X₇)</p> <p>Reliability Statistics</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.853</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.853	5	<p>Communication (X₈)</p> <p>Reliability Statistics</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.928</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.928	3
Cronbach's Alpha	N of Items								
.853	5								
Cronbach's Alpha	N of Items								
.928	3								
<p>Credibility (X₉)</p> <p>Reliability Statistics</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.883</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.883	4	<p>Kepuasan (Y)</p> <p>Reliability Statistics</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.797</td> <td>10</td> </tr> </tbody> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.797	10
Cronbach's Alpha	N of Items								
.883	4								
Cronbach's Alpha	N of Items								
.797	10								

LAMPIRAN9 UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas Rumah Sakit Umum

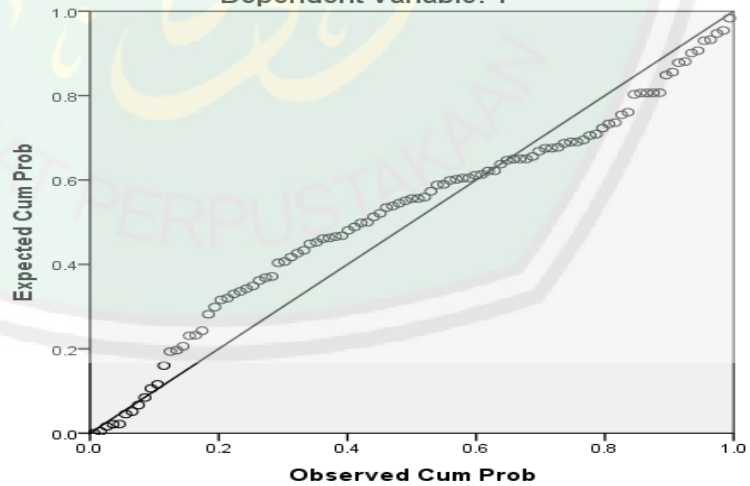
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Y



Sumber : Output SPSS 21 For Windows, 2017.

Uji Normalitas Rumah Sakit Khusus

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Y



Sumber : Output SPSS 21 For Windows, 2017.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas Rumah Sakit Umum

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	X1	.433	2.312
	X2	.260	3.851
	X3	.272	3.671
	X4	.203	4.936
	X5	.257	3.889
	X6	.414	2.417
	X7	.254	3.940
	X8	.312	3.202
	X9	.206	4.853

a. Dependent Variable: Y

Uji Multikolinieritas Rumah Sakit Khusus

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	X1	.373	2.678
	X2	.260	3.846
	X3	.382	2.616
	X4	.214	4.674
	X5	.224	4.463
	X6	.439	2.279
	X7	.281	3.557
	X8	.322	3.105
	X9	.269	3.721

a. Dependent Variable: Y

3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi Rumah Sakit Umum

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.892 ^a	.796	.786	3.352	1.958

a. Predictors: (Constant), X9, X1, X6, X3, X8, X2, X5, X7, X4

b. Dependent Variable: Y

Uji Autokorelasi Rumah Sakit Khusus

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.896 ^a	.803	.783	3.16622	2.065

a. Predictors: (Constant), X9, X3, X6, X1, X7, X8, X2, X5, X4

b. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN 10 UJI REGRESI BERGANDA

Uji Regresi Berganda Rumah Sakit Umum

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.315	1.351		-.233	.816
X1	.200	.080	.121	2.497	.013
X2	-.108	.136	-.050	-.792	.429
X3	.233	.112	.127	2.080	.039
X4	.261	.202	.092	1.290	.199
X5	.688	.191	.227	3.599	.000
X6	.224	.145	.077	1.546	.124
X7	.402	.124	.205	3.238	.001
X8	.489	.226	.124	2.166	.031
X9	.274	.193	.100	1.421	.157

a. Dependent Variable: Y

Uji Regresi Berganda Rumah Sakit Khusus

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.010	2.004		-1.003	.318
X1	.206	.123	.128	1.677	.097
X2	-.407	.205	-.181	-1.983	.050
X3	.520	.149	.263	3.497	.001
X4	.329	.307	.108	1.069	.288
X5	1.244	.300	.408	4.148	.000
X6	.403	.195	.145	2.066	.042
X7	.227	.168	.119	1.353	.180
X8	.171	.321	.044	.532	.596
X9	-.009	.257	-.003	-.034	.973

a. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN 11 UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Uji Koefisien Determinasi Rumah Sakit Umum

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 ^a	.796	.786	3.352

a. Predictors: (Constant), X9, X1, X6, X3, X8, X2, X5, X7, X4

b. Dependent Variable: Y

Uji Koefisien Determinasi Rumah Sakit Khusus

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.896 ^a	.803	.783	3.16622

a. Predictors: (Constant), X9, X3, X6, X1, X7, X8, X2, X5, X4

b. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN 12 UJI HIPOTESIS

1. Uji F (Simultan)

Uji F (Simultan) Pada Rumah Sakit Khusus**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3713.769	9	412.641	41.161	.000 ^b
	Residual	912.271	91	10.025		
	Total	4626.040	100			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X9, X3, X6, X1, X7, X8, X2, X5, X4

Uji F (Simultan) Pada Rumah Sakit Umum**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8744.916	9	971.657	86.469	.000 ^b
	Residual	2247.412	200	11.237		
	Total	10992.329	209			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X9, X1, X6, X3, X8, X2, X5, X7, X4

2. Uji t (Parsial)

Uji t (Parsial) Pada Rumah Sakit Umum

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.315	1.351		-.233	.816
X1	.200	.080	.121	2.497	.013
X2	-.108	.136	-.050	-.792	.429
X3	.233	.112	.127	2.080	.039
X4	.261	.202	.092	1.290	.199
X5	.688	.191	.227	3.599	.000
X6	.224	.145	.077	1.546	.124
X7	.402	.124	.205	3.238	.001
X8	.489	.226	.124	2.166	.031
X9	.274	.193	.100	1.421	.157

a. Dependent Variable: Y

Uji t (Parsial) Pada Rumah Sakit Umum

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.010	2.004		-1.003	.318
X1	.206	.123	.128	1.677	.097
X2	-.407	.205	-.181	-1.983	.050
X3	.520	.149	.263	3.497	.001
X4	.329	.307	.108	1.069	.288
X5	1.244	.300	.408	4.148	.000
X6	.403	.195	.145	2.066	.042
X7	.227	.168	.119	1.353	.180
X8	.171	.321	.044	.532	.596
X9	-.009	.257	-.003	-.034	.973

a. Dependent Variable: Y

BIODATA PENELITI



Nama Lengkap : Andi Nurul Afiah

Tempat,tanggal lahir : Makassar, 29 Juni 1995

Alamat Asal : Griya Prima Tonasa Blok D4 No. 11

Telepon/Hp : 085330597330

Pendidikan Formal

2001-2007 : TK Aisyiah Bustanul Atfal Makassar

2007-2010 : SMP Pesantren Pondok Madinah Makassar

2010-2013 : SMAN 21 Makassar

2013-2017 : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri
Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2013-2014 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN Maliki Malang

2015 : English Language Center (ELC) UIN Maliki Malang

Aktivitas dan Pelatihan

- Peserta Future Management Training Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Tahun 2013
- Pelatihan Manasik Haji MSAA UIN Maliki Malang Tahun 2013
- Peserta “*Future Management Training*” UIN Maliki Malang Tahun 2013
- Peserta National Entrepreneur Expo (NEE) UIN Maliki Malang Tahun 2013

- Panitia “Musabaqoh Gebyar Muharram 1436H” Pondok Pesantren Putri Al-Hikmah Al-Fathimiyyah Tahun 2014
- Peserta DIKSARKOP XV KOPMA PADANG BULAN UIN Maliki Malang Tahun 2014
- Peserta Otoritas Jasa Keuangan (OJK) UIN Maliki Malang Tahun 2014
- Peserta Seminar Nasional Fakultas Ekonomi “Membentuk Calon Wirausahawan Muda, Tangguh, Kreatif, Inovatif dan Berjiwa Ulul Albab” UIN Maliki Malang Tahun 2015
- Peserta Pelatihan SPSS di UIN Maliki Malang Tahun 2016
- Peserta Conference on Islamic Economics and Business (ICONIES 2016) UIN Maliki Malang Tahun 2016

Malang, 10 Juli 2017

Andi Nurul Afiah

13510077

BUKTI KONSULTASI

Nama : Andi Nurul Afiah

NIM/Jurusan : 13510077/Manajemen

Pembimbing : H. Slamet, SE., MM., Ph.D

Judulskripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan

Pengguna Jasa Rumah Sakit (Survey Pada Rumah Sakit di Kota
Makassar).

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	10 September 2016	Pengajuan Outline	1. 
2.	30 November 2016	Bimbingan Proposal	2. 
3.	27 Januari 2017	Bimbingan BAB I-III	3. 
4.	1 Februari 2017	Revisi & Acc Proposal	4. 
5.	25 April 2017	Seminar Proposal	5. 
6.	27 April 2017	Acc Proposal	6. 
7.	1 Mei 2017	Skripsi BAB IV-V	7. 
8.	5 Mei 2017	Bimbingan BAB IV-V	8. 
9.	8 Mei 2017	Revisi BAB IV-V	9. 
10.	15 Juni 2017	Revisi & Acc Skripsi	10. 
11.	15 Juni 2017	Acc keseluruhan	11. 

Malang, 16 Juni 2017

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen,



Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei

NIP 197507072005011005