

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENETAPAN HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PASIEN (Studi Pada Pasien Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) di Kabupaten Malang)

Suyitno

STIE Indonesia Malang, drsuyitno@yahoo.co.id

abstract

A government institution engaged in service delivery, especially health services, consumer satisfaction a benchmark of the success of the institution. As more and more customers are satisfied with the services of an institution, more and more consumer visits to use the services of the service provider can ultimately increase the revenue of the company. This study analyzed the effect of service quality variables, price and facility determination on patient satisfaction at Malang District General Hospital. The questionnaires were filled by 86 patients who came to the Malang District General Hospital, and the data were processed using multiple linear regression using SPSS version 11.5 software. The result showed that service quality, price and facility have significant effect either partially or simultaneously on patient satisfaction. Besides, the results of this study indicate that service quality has a dominant influence on patient satisfaction in Malang District General Hospital.

Keywords: *quality of service, pricing, facilities, patient satisfaction*

abstrak

Sebuah institusi pemerintah yang bergerak pada jasa pelayanan khususnya jasa pelayanan kesehatan, kepuasan konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan lembaga tersebut. Karena semakin banyak pelanggan yang puas akan pelayanan sebuah lembaga, maka semakin banyak pula tingkat kunjungan konsumen untuk menggunakan jasa lembaga pelayanan, yang akhirnya dapat meningkatkan revenue dari perusahaan tersebut. Penelitian ini menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan, penetapan harga dan fasilitas terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Umum Daerah kabupaten Malang. Kuesioner diisi oleh 86 pasien yang datang ke rumah Rumah Sakit Umum Daerah kabupaten Malang, dan data diolah menggunakan regresi linier berganda dengan memanfaatkan software SPSS versi 11,5, didapat hasil: bahwa kualitas pelayanan, penetapan harga dan fasilitas berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pasien. Disamping itu hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Umum Daerah kabupaten Malang.

Kata kunci : kualitas pelayanan, penetapan harga, fasilitas, kepuasan pasien.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan manusia pun terus berkembang. Dewasa ini masyarakat mulai memasukkan kebutuhan-kebutuhan baru sebagai kebutuhan dasar mereka. Salah satu kebutuhan tersebut diantaranya adalah kebutuhan akan pelayanan kesehatan, karena kesehatan merupakan salah satu kebutuhan hidup yang sangat penting dalam menunjang aktifitas sehari-hari. Jika seseorang sedang tidak sehat maka aktifitas sehari-hari mereka akan terganggu sehingga tidak dapat berjalan dengan baik. Semakin meningkatnya kondisi sosial ekonomi masyarakat, maka berpengaruh juga dengan pola pikir masyarakat yang semakin kritis terhadap hal-hal yang sangat vital terutama dalam hal kesehatan. Masyarakat mulai menyadari bahwa kesehatan menjadi sesuatu yang sangat penting karena manusia atau masyarakat tidak akan bisa hidup layak jika tidak terpenuhi kebutuhan kesehatannya.

Masyarakat pun sekarang sudah mulai menyadari betapa berharganya kesehatan bagi hidup mereka karena mengetahui betapa mahalnya biaya perawatan kesehatan yang seringkali sulit dijangkau. Apalagi sekarang banyak bermunculan jenis penyakit baru yang mengancam kesehatan masyarakat. Dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya arti kesehatan maka jasa pelayanan kesehatan menjadi sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan kesehatannya. Kesadaran masyarakat yang semakin tinggi terhadap pentingnya kesehatan merupakan salah satu alasan bahwa kebutuhan akan prasarana kesehatan juga semakin meningkat, selain itu masyarakat juga akan semakin pandai dalam memilih jasa penyedia layanan kesehatan yang

terbaik dan sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan butuhkan.

Tumbuh suburnya tempat-tempat penyedia layanan kesehatan seperti rumah sakit, klinik, balai pengobatan, merupakan salah satu bukti bahwa produsen telah merespon dan melihat peluang usaha dari kebutuhan masyarakat akan jasa pelayanan kesehatan tersebut. Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) membuka layanan kesehatan selama 24 jam atau dengan kata lain bahwa dokter jaga yang bertugas selalu *stand by* di klinik kapanpun dibutuhkan oleh pasien yang membutuhkan penanganan medis. Hal ini untuk mengantisipasi keadaan dimana penyakit dapat menyerang seseorang dengan tiba-tiba, kapanpun tanpa bisa diprediksi. Jika seseorang terserang penyakit yang datang tanpa kompromi mereka tidak dapat lagi menunda atau mengesampingkan jasa pelayanan kesehatan. Apalagi bila penyakitnya memerlukan penanganan medis dengan segera, maka seseorang mau tidak mau akan mendatangi tempat-tempat pelayanan kesehatan atau dengan memanggil dokter datang ke rumah untuk mendapatkan penanganan medis secepatnya. Fasilitas tersebut diberikan Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) kepada masyarakat untuk mempermudah masyarakat apabila membutuhkan jasa Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) dengan segera. Sehingga kapanpun masyarakat membutuhkan, Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) akan siap melayaninya. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas.

Menurut Utama (dalam Asmita, 2008) hakikat dasar dari penyelenggaraan pelayanan kesehatan adalah pemenuhan kebutuhan dan tuntutan dari para pemakai jasa pelayanan kesehatan (pasien), dimana pasien mengharapkan suatu penyelesaian dari masalah kesehatannya. Pasien memandang bahwa penyedia jasa pelayanan kesehatan harus mampu memberikan pelayanan medis dalam upaya penyembuhan penyakit dan pemulihan kesehatan yang berkualitas, cepat tanggap atas keluhan pasien, serta penyediaan fasilitas pelayanan kesehatan yang nyaman. Untuk itu, Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) harus selalu berusaha fokus terhadap kepuasan pelanggan dan tanggap terhadap setiap pasien yang datang dan dalam memberikan pelayanan kesehatan memakai tenaga yang terampil dan profesional agar pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan dari pasien. Sebagai penyedia jasa pelayanan kesehatan, maka di dalam menjalankan kegiatannya Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) mempunyai fungsi yang senantiasa melekat yaitu fungsi sosial dan fungsi bisnis. Dalam menjalankan fungsi sosialnya Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) melayani setiap pasien yang datang untuk mendapatkan pelayanan kesehatan tanpa membedakan status sosial ekonominya. Setiap pasien yang datang akan dilayani dengan baik walaupun pasien yang datang merupakan orang yang tidak mampu. Untuk menjalankan fungsi bisnisnya sebagai penyedia jasa pelayanan kesehatan swasta, Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) perlu untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan pasien agar mampu memperoleh keuntungan dari kunjungan pasien untuk menjaga keberlangsungan usahanya.

Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) sebagai salah satu penyedia

jasa pelayanan kesehatan tidak terlepas dari persaingan dengan sesama penyedia jasa pelayanan kesehatan lainnya yang semakin hari semakin bertambah. Kotler (1995) mengatakan bahwa banyak faktor yang dipertimbangkan untuk memilih, akan tetapi salah satu cara untuk menarik pelanggan dan memenangkan persaingan adalah dengan cara memberikan jasa pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan yang dapat memberikan kepuasan. Organisasi yang tidak berkualitas dalam memberikan pelayanan akan ketinggalan dan terlindas dalam persaingan bisnis. Maka dari itu, Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) harus selalu berusaha meningkatkan mutu pelayanan yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan agar dapat bersaing secara sehat dengan klinik kesehatan yang lainnya dengan cara selalu berusaha memberikan produk dengan mutu yang lebih baik, harga bersaing, penyerahan produk lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya. Produk dengan kualitas yang jelek, harga yang mahal, penyerahan produk yang lambat dan cara pemberian pelayanan yang kurang baik dapat menimbulkan rasa tidak puas kepada pelanggannya yang pada akhirnya tidak akan menggunakan produk tersebut di kemudian hari (Suprpto, 2001 dalam Martianawati, 2009). Hal tersebut bisa menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu penyebab ketidakpuasan para pelanggan. Adanya kesesuaian antara harga dan produk atau jasa dapat membuat kepuasan bagi pelanggan. Jika pelanggan tidak puas, maka akan meninggalkan perusahaan yang akan menyebabkan penurunan penjualan dan selanjutnya akan menurunkan laba bahkan kerugian bagi perusahaan. Kualitas layanan yang baik pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya terjalinnya hubungan yang harmonis antara penyedia barang dan jasa dengan

pelanggan, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi penyedia jasa tersebut. Dengan berorientasi pada kualitas layanan yang baik, Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) akan mampu mendapatkan profitabilitas jangka panjang yang diperoleh dari kepuasan pasien. Kotler dan Keller (2008) mengemukakan kualitas produk dan jasa, kepuasan pelanggan dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal yang terkait erat.

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: a). Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas terhadap kepuasan pasien di RSUD Kabupaten Malang. b). Mengetahui dan menganalisis pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan pasien di RSUD Kabupaten Malang. c) Mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pasien di RSUD Kabupaten Malang. d) Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, penetapan harga dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan pasien di RSUD Kabupaten Malang. e) Mengetahui dan menganalisis manakah diantara kualitas pelayanan, penetapan harga dan fasilitas yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pasien di RSUD Kabupaten Malang.

2. Landasan Teori

- Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Kualitas jasa atau layanan merupakan tingkat kesenjangan antara harapan atau keinginan pelanggan dengan persepsi atau performa yang telah mereka rasakan. Menurut Schnaars dalam Tjiptono dan Chandra (2005), pada dasarnya tujuan sebuah bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas. Selanjutnya Kotler (2004) mengatakan pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Konsep dasar dari suatu pelayanan (jasa) ataupun kualitas dari suatu produk dapat didefinisikan sebagai pemenuhan yang dapat melebihi dari apa yang diinginkan atau diharapkan pelanggan (konsumen).

Menurut Kotler (2002) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan

pada konsumen itu sendiri, perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi.

Berdasarkan definisi-definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Menurut Parasuraman, dkk dalam Suyitno (2017), dimensi-dimensi yang mewakili persepsi konsumen terhadap suatu kualitas pelayanan jasa adalah sebagai berikut :

1. Keandalan (*Reliability*), adalah dimensi yang mengukur keandalan suatu pelayanan jasa kepada konsumen. Dimensi keandalan didefinisikan sebagai kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat.
2. Daya tanggap (*Responsiveness*), adalah kemauan untuk membantu dan memberikan jasa dengan cepat kepada konsumen yang meliputi kesigapan tenaga kerja dalam melayani konsumen, kecepatan tenaga kerja dalam menangani transaksi dan penanganan atas keluhan konsumen. Dimensi daya tanggap merupakan dimensi yang bersifat paling dinamis. Hal ini dipengaruhi oleh faktor perkembangan teknologi. Salah satu contoh aspek daya tanggap dalam pelayanan adalah kecepatan.
3. Kepastian (*Assurance*) adalah dimensi kualitas pelayanan yang berhubungan dengan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen. Dimensi kepastian meliputi kemampuan tenaga kerja atas pengetahuan terhadap produk meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, ketrampilan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan di dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan. Dimensi kepastian atau jaminan ini merupakan gabungan dari aspek-aspek:
 - 1) Kompetensi (*competence*), yaitu ketrampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para tenaga kerja untuk melakukan pelayanan.
 - 2) Kesopanan (*courtesy*), yang meliputi keramahan, perhatian dan sikap para tenaga kerja.
 - 3) Kredibilitas (*credibility*), yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada penyedia jasa seperti reputasi, prestasi dan sebagainya.
 - 4) Keamanan (*security*), yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kemampuan tenaga kerja untuk memberikan rasa aman pada konsumen.
4. Empati (*Empathy*), adalah kesediaan untuk peduli dan memberikan perhatian pribadi kepada pengguna jasa. Pelayanan yang empatik sangat memerlukan sentuhan/perasaan pribadi. Dimensi empati adalah

dimensi yang memberikan peluang besar untuk menciptakan pelayanan yang “surprise” yaitu sesuatu yang tidak diharapkan pengguna jasa tetapi ternyata diberikan oleh penyedia jasa. Dimensi empati ini merupakan penggabungan dari aspek:

- 1) Akses (*access*) meliputi kemudahan memanfaatkan jasa yang ditawarkan penyedia jasa.
- 2) Komunikasi (*communication*), yaitu merupakan kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen.
- 3) Pemahaman pada konsumen (*understanding the customer*), meliputi usaha penyedia jasa untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.
5. Dimensi berwujud (*Tangible*) didefinisikan sebagai penampilan fasilitas peralatan dan petugas yang memberikan pelayanan jasa karena suatu service jasa tidak dapat dilihat, dicium, diraba atau didengar maka aspek berwujud menjadi sangat penting sebagai ukuran terhadap pelayanan jasa.

Suyitno (2017) mengemukakan bahwa konsumen menilai lima dimensi kualitas jasa kesehatan, yakni:

1. Reliabilitas: janji ditepati sesuai jadwal dan diagnosisnya terbukti akurat.
2. Daya Tanggap: mudah diakses, tidak lama menunggu dan bersedia

mendengar keluh kesah pasien.

3. Jaminan: pengetahuan, keterampilan, kepercayaan dan reputasi.

4. Empati: mengenal pasien dengan baik, mengingat masalah (penyakit, keluhan, dll) sebelumnya, pendengar yang baik dan sabar.

5. Bukti fisik: ruang tunggu, ruang operasi, peralatan dan bahan-bahan tertulis.

Salah satu faktor pendorong kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, maka Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) harus meningkatkan kualitas pelayanan. Untuk menilai kualitas pelayanan, dapat diukur dengan 5 faktor, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati). Menurut Kotler dan Armstrong (1996), produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan. Bila kualitas pelayanan yang dirasakan lebih kecil dari pada yang diharapkan maka pelanggan menjadi tidak tertarik pada penyedia jasa, akan tetapi apabila yang terjadi adalah sebaliknya ada kemungkinan para pelanggan akan terus menggunakan penyedia jasa itu lagi. Penelitian yang dilakukan Dabholkar et. al (2000) dalam Tjiptono (2005)

menyatakan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

Parasuraman et al. (1998) dalam Suyitno (2017) berpendapat bahwa kualitas pelayanan sejalan dengan kepuasan pelanggan, dimana meningkatnya (semakin positif) kualitas pelayanan digunakan sebagai refleksi dari meningkatnya kepuasan pelanggan.

- Harga dan Penetapannya

Menurut Zeithaml (2000) harga adalah apa yang kita dapat dari sesuatu yang telah dikorbankan untuk memperoleh produk atau jasa. Sedangkan Kotler dan Amstrong (2001) berpendapat bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan suatu produk atau jasa tersebut. Produk dengan mutu jelek, harga yang mahal, penyerahan produk yang lambat dapat membuat pelanggan tidak puas (Suprpto, 2001 dalam Martianawati, 2009). Hal itu menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu penyebab ketidakpuasan para pelanggan. Tjiptono (2007) mendefinisikan harga dari dua sudut pandang, yaitu dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sementara itu, dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga.

Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan (Ferdinand, 2000). Alasan ekonomis akan menunjukkan

bahwa harga yang rendah atau harga yang selalu berkompetisi merupakan salah satu pemicu penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran, tetapi alasan psikologis dapat menunjukkan bahwa harga justru merupakan indikator kualitas dan karena itu dirancang sebagai salah satu instrumen penjualan sekaligus sebagai instrumen kompetisi yang menentukan. Dari beberapa definisi harga diatas, disimpulkan bahwa harga adalah suatu uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan. Adanya kesesuaian antara harga dan produk atau jasa dapat membuat kepuasan bagi pelanggan.

Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Sekurang-kurangnya ada tiga pihak yang harus menjadi dasar pertimbangan bagi perusahaan dalam menetapkan harga yaitu konsumen, perusahaan yang bersangkutan, dan pesaing. Perusahaan memperhatikan apa yang diinginkan konsumen, yaitu membayar harga yang sepadan dengan nilai yang diperoleh (*value for money*). Sementara yang diinginkan perusahaan adalah mendapatkan laba maksimal mungkin, dengan memperhatikan penetapan harga yang dilakukan pesaing. Jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk maka hal itu dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Diah Natalisa dan M. Fakhriansyah dalam Widyaningtyas (2010) menyatakan bahwa pengukuran indikator harga diukur dengan menggunakan faktor kesesuaian harga dengan pelayanan. Dalam penelitian ini,

pengukuran harga diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima
3. Kesesuaian harga dengan fasilitas
4. Kesesuaian harga dengan jarak yang ditempuh

Kertajaya (2002)

mengungkapkan bahwa indikator penilaian harga dapat di lihat dari kesesuaian antara suatu pengorbanan dari konsumen terhadap nilai yang diterimanya setelah melakukan pembelian, dan dari situlah konsumen akan mempersepsi dari produk atau jasa tersebut. Persepsi yang positif merupakan hasil dari rasa puas akan suatu pembelian yang dilakukannya, sedangkan persepsi yang negative merupakan suatu bentuk dari ketidakpuasan konsumen atas produk atau jasa yang dibelinya. Jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk maka hal itu dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal (Tjiptono, 1999).

- Fasilitas

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

Raharjani (2005)

menyatakan bahwa apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Artinya bahwa salah satu faktor kepuasan konsumen dipengaruhi oleh fasilitas yang diberikan oleh penjual yang dimanfaatkan oleh konsumen sehingga mempermudah konsumen dalam proses pembelian. Apabila konsumen merasa nyaman dan mudah mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual, maka konsumen akan merasa puas. Menurut Kertajaya (2003) pemberian fasilitas yang memadai akan membantu meningkatkan empati konsumen terhadap setiap kondisi yang tercipta pada saat konsumen melakukan pembelian. Sehingga secara psikologis mereka akan memberikan suatu pernyataan bahwa mereka puas dalam melakukan pembeliannya. Hal-hal yang perlu disampaikan dalam fasilitas jasa antara lain:

1. Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan
3. Kemudahan penggunaan fasilitas yang ditawarkan
4. Kelengkapan alat yang digunakan

Fasilitas merupakan sarana penunjang yang digunakan perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan

kepuasan pelanggan. Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Kotler (2001) menyatakan bahwa salah satu upaya yang dilakukan manajemen perusahaan terutama yang berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen yaitu dengan memberikan fasilitas sebaik-baiknya demi menarik dan mempertahankan pelanggan. Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas. Hubungan antara fasilitas terhadap kepuasan telah dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan Martianawati (2009), Widaditomo (2009), dimana hasil penelitian tersebut adalah fasilitas mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan.

- **Kepuasan Konsumen**

Suyitno (2017) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa. Engel (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi setelah pembelian di mana produk yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Ada Faktor yang mempengaruhi kepuasan

konsumen yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupiyoadi, 2001) antara lain:

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.

4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumennya dan konsumen pesaing. Kotler (2001) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen:

1. Sistem keluh dan Saran
Setiap organisasi yang berorientasi pada konsumen (*customer-oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para konsumennya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan.

2. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan memperkerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai konsumen potensial produk perusahaan dan pesaing.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan menghubungi para konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei Kepuasan Konsumen

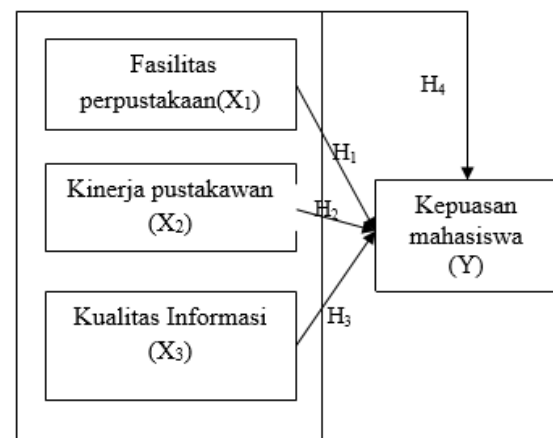
Sebagian besar riset kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan metode Survei, baik survei melalui pos, telepon, e-mail, website, maupun wawancara langsung.

Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan disebut memuaskan. Dengan demikian

service quality dapat didefinisikan sebagai jauhnya perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas layanan yang mereka terima (Lupiyoadi, 2001).

3. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan uraian kajian pustaka baik secara teoritis maupun empiris serta dikonfirmasi secara kontekstual, maka kerangka konseptual penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2
Kerangka Konseptual

4. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan kerangka konseptual serta rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- a. H_0 = Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di RSUD Kabupaten Malang.
 H_1 = Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di RSUD Kabupaten Malang.
- b. H_0 = Penetapan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di RSUD Kabupaten Malang.

- H2 = Penetapan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di RSUD Kabupaten Malang.
- c. Ho = Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di RSUD Kabupaten Malang.
H3 = Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di RSUD Kabupaten Malang.
- d. Ho = Kualitas pelayanan, penetapan harga dan kualitas pelayanan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di RSUD Kabupaten Malang.
H4 = Kualitas pelayanan, penetapan harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di RSUD Kabupaten Malang.
- e. Ho = Tidak ada berpengaruh yang dominan diantara kualitas pelayanan, penetapan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di RSUD Kabupaten Malang.
H5 = Kualitas pelayanan berpengaruh dominan terhadap kepuasan pasien di RSUD Kabupaten Malang.

5. Metode Penelitian

- Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini merupakan tipe penelitian penjelasan (*explanatif research*) dengan melakukan pengamatan/non-eksperimen karena menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis tanpa memberikan perlakuan. Sampel dalam penelitian ini pasien di RSUD Kabupaten Malang yang berjumlah 86 orang yang diperoleh dengan metode *accidental*. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini didukung dengan observasi, wawancara, dan kuesioner.

- Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu statistik SPSS. Sesuai dengan kerangka konseptual dan hipotesis yang ada, maka dilakukan pengujian data hasil penelitian, dalam penelitian ini selanjutnya menggunakan analisis regresi linier berganda.

Formulasi model dari analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$

Dimana :

Y = Variabel terikat (*dependent*) pada kepuasan pasien

X₁ = Variabel bebas (*independent*) pada kualitas pelayanan

X₂ = Variabel bebas (*independent*) pada penetapan harga

X₃ = Variabel bebas (*independent*) pada fasilitas. a = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi

e = standar error

Kriteria yang digunakan dalam analisa regresi linier berganda ini adalah:

Ho : $b_1 - b = 0$: Tidak adanya pengaruh yang berarti diantara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hi : $b_1 - b \neq 0$: Ada pengaruh yang berarti antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

6. Analisis dan hasil penelitian

Hasil statistik melalui uji regresi bergandapada penelitian ini didapat hasil seperti tabel di bawah ini :

Tabel 1
Ringkasan Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Koef. Regresi	Std. error	T. Stat
Kualitas pelayanan	0,6282	0,088235	3,868
Penetapan harga	0,4138	0,388310	3,283
fasilitas	0,4611	0,323351	3,332
Konstanta	0,4246	0,284369	2,756

Multiple R	0,67319
R square	0,55318
Adjusted R. Square	0,42402
Standart Error	60,67638
F. Ratio	15,53938
Durbin Watson Test	1,85715

Sumber : print out hasil perhitungan statistik

Dari tabel di atas dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,4246 + 0,628X_1 + 0,413X_2 + 0,461X_3 + 0,284$$

Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,628 menunjukkan bahwa dengan asumsi variabel lain konstan, meningkatnya Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 1 point akan mengakibatkan peningkatan kepuasan pasien sebesar 0,628 point. Nilai koefisien regresi penetapan harga (X2) sebesar 0,413, berarti bahwa dengan asumsi variabel lain konstan, meningkatnya penetapan harga sebesar 1 point akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan pasien sebesar 0,413. Nilai koefisien regresi fasilitas (X3) sebesar 0,461 menunjukkan bahwa dengan asumsi variabel lain konstan, meningkatnya fasilitas sebesar 1 point akan mengakibatkan peningkatan kepuasan pasien sebesar 0,461 point.

Tabel 1 juga menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2)

sebesar 0,553, hal ini berarti bahwa variabilitas faktor Kualitas Pelayanan (X1), penetapan harga (X2) dan fasilitas (X3) menjelaskan variabilitas perubahan kepuasan pasien sebesar 55,3% sedangkan sisanya sebesar 44,7% disebabkan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model.

- Pengujian Hipotesis Pengaruh Masing-Masing Variabel Bebas Secara Individual.

Untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara individu mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel tidak bebasnya, maka dilakukan uji t atau membandingkan tingkat signifikan t (nilai probabilitas) yang diperoleh terhadap nilai t tabel. Tabel 2 merupakan ringkasan uji t yang diperoleh dari print out komputer program SPSS.

Tabel 2
Ringkasan Hasil Uji T

Variabel	T statistik	Sig. T (Prob)	T Tabel	Signifikan / Tidak
X ₁	3,868	0,0002	+/- 2,060	Signifikan
X ₂	3,283	0,0016	+/- 2,060	Signifikan
X ₃	3,332	0,0012	+/- 2,060	Signifikan

Sumber : print out hasil perhitungan stastistik

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas, dapat diketahui besarnya nilai t hitung dan tabel dari masing-masing variabel bebas sebagai berikut:

a. Besarnya t hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X₁) = 3,868 lebih besar dari t tabel 2,060, pada tingkat signifikansi 0,05 (tingkat keyakinan 95 %) dan nilai probabilitas yang diperoleh sebesar 0,0002 lebih kecil (p < 0,05), berarti Ho ditolak dan H1 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel

- kualitas pelayanan (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perubahan kepuasan pasien (Y).
- b. Besarnya t hitung untuk variabel penetapan harga (X2) = 3,283 lebih besar dari pada t tabel 2,060, pada tingkat signifikansi 0,05 (tingkat keyakinan 95%) dan probabilitas yang diperoleh sebesar 0,0016 ternyata lebih kecil ($p < 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel penetapan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perubahan kepuasan pasien.
 - c. Besarnya t hitung untuk variabel fasilitas (X3) = 3,332 lebih besar dari pada t tabel 2,060, pada tingkat signifikansi 0,05 (tingkat keyakinan 95%) dan probabilitas yang diperoleh sebesar 0,0016 ternyata lebih kecil ($p < 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perubahan kepuasan pasien.
 - d. Diantara variabel kualitas pelayanan (X1) dan penetapan harga (X2) dan fasilitas (X3), yang memiliki pengaruh lebih dominan terhadap kepuasan pasien di RSUD Kabupaten Malang adalah variabel kualitas pelayanan dan H_5 diterima. Hal ini didukung dengan nilai t hitung dari variabel kualitas pelayanan adalah 3.868, dimana hal ini ternyata lebih besar dari nilai t hitung variabel penetapan harga dan fasilitas.

- Pengujian hipotesis pengaruh variabel bebas secara simultan

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ketiga variabel bebas secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya. Hasil pengujian seperti tampak pada tabel 3 yang menunjukkan bahwa nilai F hitung yang diperoleh sebesar 15,53938 lebih besar bila dibandingkan dengan F tabel sebesar 2,76. Pada tingkat nyata $\alpha = 0,05$ (tingkat keyakinan 95%), dan tingkat signifikansi F 0,005, berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh signifikan yang ditimbulkan oleh Kualitas Pelayanan (X1), penetapan harga (X2) dan fasilitas (X3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pasien (Y).

Tabel 3
Ringkasan Hasil Uji F

Source	Df	Sum of Square	Mean Square	F stat	Sig. nF	F t a b e l	Keterangan
Regression	3	228840,49427	57210,12357	15,53938	0,000	2,76	Signifikan
Residual	83	276121,73631	3681,62315				
Total	86	504962,23058	60891,74672				
Multiple R = 0,67319 R square = 0,55318 Adj R square = 0,4202 Std Error = 60,67638							

Sumber : output perhitungan statistik

7. Kesimpulan

- a. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perubahan kepuasan pasien di RSUD Kabupaten Malang. Hal ini didukung dengan besarnya t hitung untuk variabel kualitas pelayanan = 3,868 lebih besar dari t tabel 2,060, pada tingkat signifikansi 0,05 (tingkat keyakinan 95%) dan nilai probabilitas yang

- diperoleh sebesar 0,0002 lebih kecil ($p < 0,05$).
- b. Penetapan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perubahan kepuasan pasiendi RSUD Kabupaten Malang. Hal ini didukung besarnya t hitung untuk variabel penetapan harga = 3,283 lebih besar dari pada t tabel 2,060, pada tingkat signifikansi 0,05 (tingkat keyakinan 95%) dan probabilitas yang diperoleh sebesar 0,0016 ternyata lebih kecil ($p < 0,05$).
 - c. Fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perubahan kepuasan pasiendi RSUD Kabupaten Malang. Hal ini didukung besarnya t hitung untuk variabel fasilitas = 3,332 lebih besar dari pada t tabel 2,060, pada tingkat signifikansi 0,05 (tingkat keyakinan 95%) dan probabilitas yang diperoleh sebesar 0,0016 ternyata lebih kecil ($p < 0,05$).
 - d. Kualitas Pelayanan dan penetapan harga dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasiendi RSUD Kabupaten Malang. Hal ini didukung hasil pengujian yang menunjukkan bahwa nilai F hitung yang diperoleh sebesar 15,53938 lebih besar bila dibandingkan dengan F tabel sebesar 2,76. Pada tingkat nyata $\alpha = 0,05$ (tingkat keyakinan 95%), dan tingkat signifikansi F 0,005.
 - e. Diantara variabel kualitas pelayanan (X1) dan penetapan harga (X2) dan fasilitas (X3), yang memiliki pengaruh lebih dominan terhadap kepuasan pasien di RSUD Kabupaten Malang adalah variabel kualitas pelayanan. Hal ini didukung

dengan nilai t hitung dari variabel kualitas pelayanan adalah 3.868, dimana hal ini ternyata lebih besar dari nilai t hitung variabel penetapan harga dan fasilitas.

7. Daftar Pustaka

- Asmita, P. W. (2008). *Analisis Pengaruh Pasien Tentang Mutu Pelayanan Dokter terhadap Loyalitas Pasien di Poliklinik Umum Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit. Panti Wilasa Citarum Semarang*. Tesis Magister Ilmu Kesehatan Masyarakat. Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro: Semarang.
- Engel, James, Roger D Blackwell & Paul W. Miniard, 1995, *Consumer Behaviour*, Eight Edition, The Dryden Press, Forth Worth.
- Fandy, Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality. Satisfaction*. Yogyakarta : Andi Offset
- Ferdinand, Augusty. 2000. "Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategi". Research. Paper Serie. No. 01 Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro
- Kartajaya, Hermawan . 2000. *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan. Global*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, P, Amstrong, G. (2001) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Kedelapan, Jilid. 1, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip (1995, 1996, 1997, 1998, 2000) *Manajemen Pemasaran: Analisis, Implementasi dan Pengendalian*, Buku Satu, Edisi Kedelapan. Penerbit Salemba

- Empat. Jakarta, . *Marketing and Introduction* (Fifth Edition), New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Lupiyoadi (2001) *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Salemba. Empat, Jakarta
- Martianawati (2009) *Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas layanan dan Fasilitas SPBU “Pasti Pas” Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kendaraan Bermotor (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang)*. Tesis, tidak terpublikasikan.
- Raharjani, Jeni. (2005). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan. Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar. Swalayan di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang)*. Jurnal Studi Manajemen. & Organisasi, Vol. 2 No. 1 Hal 1-15.
- Suyitno. (2017). *Quality of Health Service and its Effect on Patient Satisfaction in dr Syaiful Anwar Hospital of Malang Indonesia*, dalam *International Journal of Advanced Research.Int.J.Adv. Res.* 5(3).480-488. DOI: 10.21474/IJAR01/3536.
- Suyitno. (2017). *Effect of Competence, Satisfaction and Discipline on Performance of Employees in the Office of Women Empowerment and Family Planning of West Papua*. Dalam *Jurnal Asian Social Science Vol 13 No 5* DOI: <https://doi.org/10.5539/ass.v13n5p144>
- Suyitno. (2017). *Analisis Penerapan Sistem Informasi Manajemen Dan Kompetensi Pegawai Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pegawai*. Dalam *Jurnal Journal of Applied Business Administration*, Vol 1 No 2 September 2017, hlm 124-133. e-ISSN 2548-9909
- Suyitno. (2017). *Peningkatan Sumberdaya Manusia Melalui Penerapan Total Quality Management*. Dalam *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*. Vol 4 No 2 Desember 2016, hlm 150-157. p-ISSN 2337-7887
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta, Andi Offset
- Widitomo, Taufik (2009) *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Keluarga Miskin (Studi pada RSUD kota Semarang)*. Tesis, tidak terpublikasikan
- Widyaningtyas, Richa (2010). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Kereta Api Harina (Studi Pada Pt. Kereta Api Indonesia Daop IV Semarang)*. Tesis, tidak terpublikasikan
- Zeithmal, Valarie A, Leonard L. Berry, and A. Parasuraman (1996) *The Be-havioural Consequeness of Service Quality*, *Journal of marketing*. 60th April, 31-46