



ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BALAI KESEHATAN PARU MASYARAKAT (BKPM) DI SEMARANG

Yolis Arhamni, Imroatul Khasanah

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

Need of healthy become one of important need of people. BKPM (centre of community lung health) is a community center that serves cheap healthy service for people in Semarang. As a service organization, satisfaction become main purpose of the service provider. This research is purposed to examine the impact of service quality and consumer value to patient satisfaction.

The research is taken place at BKPM Semarang. The sample is 100 respondents. Instrument of questionnaire is used to collect the data. Regression analysis is applied to test the hypotheses of the research.

Result of the analysis shows that service quality affect positively to patient satisfaction. Patient that receives a better service will have higher satisfaction. Consumer value also affect positively to patient satisfaction. Patient that receives a more value from the service will have higher satisfaction.

Keywords :Service quality, consumer value, satisfaction

PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan hak asasi, sehingga setiap masyarakat berhak memperoleh pelayanan kesehatan secara adil, merata dan bermutu yang menjangkau seluruh masyarakat Indonesia. Sejalan dengan hal tersebut dan dengan diberlakukannya Undang-Undang No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah serta Undang-Undang No. 25 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah, maka berbagai upaya dilakukan Pemerintah Daerah untuk meningkatkan pelayanan kesehatan agar masyarakat dapat meningkatkan akses pelayanan dan kualitas pelayanan kesehatan.

Masalah utama sebagai sebuah lembaga jasa pelayanan kesehatan yang banyak pesaingnya, Balai Kesehatan Paru Masyarakat, dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumennya meningkat. Sesuai tujuan Sistem Kesehatan Nasional (SKN) Indonesia yaitu terselenggaranya pembangunan kesehatan oleh semua potensi bangsa baik masyarakat, swasta maupun pemerintah secara sinergis, berhasil guna dan berdaya guna, sehingga tercapai derajat kesehatan masyarakat yang setinggi-tingginya. Maka Balai Kesehatan Paru Masyarakat (BKPM) Semarang termasuk di dalam sub sistem Upaya Kesehatan Perorangan (UKP) Spesialistik Penyakit Paru pada strata kedua ikut berperan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien didasarkan kepada kerangka berpikir untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan nilai pelanggan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pasien. Untuk organisasi pelayanan publik, informasi mengenai pelayanan tentu sangat berguna untuk menilai seberapa jauh pelayanan yang diberikan oleh birokrasi itu apakah dapat memenuhi harapan atau dan memuaskan pengguna jasa.

Kepmenpan No. 25 tahun 2004, menjelaskan bahwa kepuasan pelayanan adalah hasil pendapat dan penilaian masyarakat terhadap kinerja pelayanan yang diberikan oleh aparatur penyelenggara pelayanan publik. Dengan melakukan penilaian terhadap pelayanan, maka upaya untuk memperbaiki kinerja bisa dilakukan secara terarah dan sistematis. Pendapat diatas mengemukakan adanya hubungan antara nilai pelanggan dan kualitas pelayanan dengan kepuasan masyarakat khususnya pasien sebagai objek dari pelayanan kesehatan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien

Kotler (2007) mengatakan bahwa kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa. Menurut Parasuraman et,al (1985) kualitas pelayanan dapat diukur dengan menggunakan lima dimensi yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy.

Dimensi bukti fisik mencerminkan image di mata konsumen yang dapat digambarkan dengan kebersihan ruangan, kerapian berpakaian, dan penataan tempat. Dalam suatu perusahaan jasa, khususnya pada pelayanan kesehatan, faktor kondisi fisik pada umumnya akan memberikan gambaran bagaimana lokasi tersebut dapat berpotensi untuk menunjukkan fungsinya sebagai tempat pelayanan kesehatan. Pada umumnya seseorang akan memandang suatu potensi rumah sakit tersebut awalnya dari kondisi fisik. Dengan kondisi yang bersih, rapi, dan teratur orang akan menduga bahwa lokasi pelayanan kesehatan tersebut akan melaksanakan fungsinya dengan baik.

Dimensi reliability atau kehandalan menunjukkan kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan dengan akurat dan handal. Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan menyediakan pelayanan dengan sikap simpatik, ketepatan waktu pelayanan, profesional dalam melayani pasien, dan sistem pencatatan yang akurat. Dengan demikian jika persepsi pasien terhadap kehandalan (*reliability*) buruk, maka kepuasan pasien akan semakin rendah.

Dimensi responsiveness atau daya tanggap menunjukkan kesediaan untuk membantu pasien dan memberikan dengan segera dan tepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan dalam menghadapi permintaan, pernyataan, keluhan serta kesulitan pelanggan. Rumah sakit merupakan lokasi yang secara umum merupakan tempat seseorang untuk mendapatkan pelayanan kesehatan. Oleh sebab itu penyedia jasa pelayanan kesehatan harus mampu menanggapi setiap keluhan pasien. Dengan demikian daya tanggap yang tinggi dari pihak pengelola pelayanan kesehatan akan memberikan rasa kepercayaan pada pasien bahwa mereka akan selalu ditolong.

Dimensi *assurance* mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, dan bebas dari bahaya, risiko atau keragu-ruguan. Berkaitan dengan kemampuan karyawan untuk menanamkan kepercayaan kepada pelanggan, sikap sopan dan kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan. Setiap pasien pada dasarnya ingin diperlakukan secara baik oleh pihak pengelola pelayanan kesehatan. Adanya jaminan bahwa pasien yang datang akan dilayani secara baik oleh pihak pengelola pelayanan kesehatan sakit, akan memberikan rasa aman kepada

pasien, sehingga kemantapan pribadi pasien akan bertambah. Dengan demikian, kepercayaan mereka terhadap jasa pelayanan akan bertambah.

Dimensi empati menunjukkan perhatian secara individu yang diberikan oleh penyedia jasa sehingga pelanggan merasa penting, dihargai dan dimengerti oleh perusahaan. Inti dari dimensi ini adalah bagaimana perusahaan meyakinkan pelanggannya bahwa mereka itu adalah unik dan istimewa dan dapat digambarkan dengan perhatian secara personal kebutuhan spesifik dan terhadap keluhan terhadap pasien dimana pada umumnya pasien ingin diperlakukan dan diperhatikan secara khusus oleh pihak pengelola jasa pelayanan kesehatan.

H1 : Kualitas pelayanan pegawai berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien

Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pasien

Nilai pelanggan merupakan salah satu faktor penyebab ketidakpuasan/kepuasan pelanggan. Nilai pelanggan di tentukan oleh dua hal yaitu biaya (cost) dan manfaat (benefit). Biaya mencakup uang, waktu, energi dan psikologi. Sedangkan, manfaat mencakup produk, jasa pribadi dan image. Manfaat yang di rasakan oleh setiap konsumen berbeda beda. Satu bisa menjadi lebih penting dibanding manfaat lainnya. Berbeda dengan manfaat, biaya bersifat mutlak dan merupakan akumulasi dari seluruh biaya lain selain biaya uang. Jika manfaat yang diterima lebih besar dari biaya maka akan terciptanya nilai pelanggan yang tinggi (*superior customer value*). Sedangkan, jika manfaat yang di dapat lebih kecil dari biaya, maka akan terciptanya nilai konsumen yang rendah. (*inferior customer value*). Untuk memberikan kepuasan, maka perusahaan perlu memberikan nilai konsumen yang lebih baik dari pesaing lainnya diantaranya perusahaan jasa kost.

Penetapan nilai pelanggan yang semakin sesuai akan memberikan tingkat kepuasan semakin meningkat. Hal itu dapat dilihat dari sisi harapan dan kinerja. Jika harapan yang di berikan lebih besar dari kinerja maka konsumen akan merasakan ketidakpuasan. Sebaliknya, jika harapan yang diperoleh lebih kecil dari kinerja yang di kerjakan maka konsumen akan merasa puas (Kotler 2005).

H2 : Nilai Pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel merupakan suatu atribut dari sekelompok objek yang diteliti, mempunyai variasi antara satu dan lainnya dalam kelompok tersebut (Sugiono 2009). Yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah :

Tabel 1
Variabel Penelitian

Variabel penelitian	Definisi operasional	Indikator
Kualitas Pelayanan (X1)	Kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain	1. Fasilitas fisik 2. Sikap yang simpatik 3. Pelayanan yang cepat dan tepat 4. Kredibilitas 5. Perhatian secara personal

Nilai Pelanggan (X2)	Nilai yang dirasakan pelanggan antara selisih jumlah nilai pelanggan dengan jumlah biaya pelanggan	1. Kesesuaian biaya pelayanan 2. Manfaat social yang diperoleh 3. Perasaan lebih senang dalam pelayanan
Kepuasan Pasien (Y)	Evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil atau melampaui harapan	1. Kesesuaian harapan 2. Fasilitas sesuai ekspektasi 3. Kepuasan atas jasa kesehatan yang diperoleh

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian (Arikunto, 2002). Sedangkan Husain Umar menyatakan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Umar, 2002). Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua pasien yang berkunjung di BKPM Semarang.

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2002). Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti maka dalam menentukan sampel menggunakan teknik sampling aksidental (*accidental sampling*). Metode ini merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak diketahui jumlah pastinya, maka diambil beberapa sampel untuk mewakili populasi tersebut. Oleh sebab itu penulis menggunakan teknik pengambilan sampel yang ditentukan dengan menggunakan rumus Rao Purba (2006) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4 Moe^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe = Margin of error yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan sebesar 10% atau 0,10. Sehingga didapatkan sampel untuk penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{1.96^2}{4 (0.10)^2}$$

n = 96,04 dibulatkan menjadi 96

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang digunakan sebanyak 96 orang. Sampel ditentukan menjadi 100 orang untuk mengantisipasi kuesioner yang tidak dapat digunakan dalam penelitian atau pengolahan data. Penelitian ini dengan menggunakan teknik *Accidental sampling*, metode ini merupakan prosedur sampling yang memilih sampel dari orang yang paling mudah dijumpai atau diakses (Sugiyono, 2009).

Analisis Deskriptif

Analisis ini bertujuan untuk meninjau jawaban dari responden terhadap masing-masing pertanyaan yang menjadi instrumen penelitian ini. Dalam hal ini dikemukakan mengenai deskripsi jawaban responden terhadap variabel-variabel yang diteliti, sehingga akan dapat diketahui intensitas kondisi masing-masing variabel. Intensitas kondisi dari masing-masing variabel dapat dibedakan menjadi sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Untuk mengetahui frekuensi intensitas kondisi masing-masing variabel dapat diketahui dengan perkalian antara skor tertinggi dalam setiap variabel dengan jumlah item pertanyaan yang ada setiap variabel yang kemudian dibagi menjadi 5 yaitu sangat, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah (Sugiono, 2000).

$$RS = \frac{m - n}{k}$$

$$RS = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Keterangan :

RS = rentang skala

m = skor maksimal

n = skor minimal

k = jumlah kategori

Kategori jawaban responden dapat dijelaskan sebagai berikut

- 1,00 – 1,80 = Sangat rendah atau sangat tidak baik yang menunjukkan kondisi variabel yang masih sangat rendah atau sangat kecil dimiliki oleh variabel penelitian
- 1,81 – 2,60 = Rendah atau tidak baik yang menunjukkan kondisi variabel yang masih rendah atau kecil dimiliki oleh variabel penelitian
- 2,61 – 3,40 = Sedang atau cukup yang menunjukkan kondisi variabel yang sedang atau cukup dimiliki oleh variabel penelitian
- 3,41 – 4,20 = Tinggi atau baik yang menunjukkan kondisi variabel yang tinggi atau naik dimiliki oleh variabel penelitian
- 4,21 – 5,00 = Sangat tinggi atau sangat baik yang menunjukkan kondisi variabel yang tinggi atau naik dimiliki oleh variabel penelitian

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* dan Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Alpha.

Tabel 2
Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel / Indikator	Korelasi	r tabel	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan			
	1	0,647	0,197	Valid
	2	0,655	0,197	Valid
	3	0,692	0,197	Valid
	4	0,650	0,197	Valid
	5	0,578	0,197	Valid
2	Nilai Pelanggan			

	1	0,778	0,197	Valid
	2	0,782	0,197	Valid
	3	0,791	0,197	Valid
3	Kepuasan Pasien			
	1	0,763	0,197	Valid
	2	0,833	0,197	Valid
	3	0,770	0,197	Valid

Sumber : Data primer yang diolah 2015

Tabel 2 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih *besar* dari $r_{table} = 0,197$ (nilai r tabel untuk $n=100$). Sehingga semua indikator tersebut adalah valid.

Tabel 3
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,645	Reliabel
Nilai Pelanggan	0,685	Reliabel
Kepuasan Pasien	0,692	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Tabel 4
Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Skor					Jml	Rerata	Kategori
		SS	S	N	TS	STS			
1	Fasilitas fisik	18	55	25	2	0	389	3.89	Baik
2	Sikap yang simpatik	17	47	34	2	0	379	3.79	Baik
3	Pelayanan yang cepat dan tepat	19	47	34	0	0	385	3.85	Baik
4	Kredibilitas	8	54	38	0	0	370	3.70	Baik
5	Perhatian secara personal	32	46	22	0	0	410	4.10	Baik
	Rata-rata						386.60	3.87	Baik

Sumber : Data primer yang diolah 2015

Dari tabel diatas, diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang baik atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh BKPM Semarang kepada pasiennya. Rata-rata skor jawaban variabel Kualitas Pelayanan diperoleh sebesar 3.87 yang berada dalam kategori ”**Baik**”. Hal ini menunjukkan BKPM Semarang telah memberikan pelayanan yang berada dalam ketagori yang baik.

Tabel 5
Tanggapan Responden Mengenai Nilai Pelanggan

No	Pernyataan	Skor					Jml	Rerata	Kategori
		SS	S	N	TS	STS			
1	Kesesuaian biaya pelayanan	13	41	43	3	0	364	3.64	Baik
2	Manfaat sosial yang diperoleh	11	45	40	4	0	363	3.63	Baik
3	Perasaan lebih senang dalam pelayanan	15	40	44	1	0	369	3.69	Baik
	Rata-rata						367.00	3.67	

Sumber : Data primer yang diolah 2015

Dari tabel diatas, diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang baik dengan memberikan jawaban setuju terhadap item-item kuesioner variabel Nilai Pelanggan. Rata-rata skor jawaban variabel nilai pelanggan diperoleh sebesar 3.67 yang berada dalam kategori ”**Baik**”. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden dapat merasakan mendapatkan nilai manfaat dari pembelian jasa di BKPM Semarang.

Tabel 6
Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan

No	Pernyataan	Skor					Jml	Rerata	Kategori
		SS	S	N	TS	STS			
1	Kesesuaian harapan	10	40	45	5	0	355	3.55	Baik
2	Fasilitas sesuai ekspektasi	11	47	41	1	0	368	3.68	Baik
3	Kepuasan atas jasa kesehatan yang diperoleh	10	33	52	5	0	348	3.48	Baik
	Rata-rata						358	3.58	Baik

Sumber : Data primer yang diolah 2015

Dari tabel diatas, diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang baik dengan memberikan jawaban setuju mengenai Kepuasan pasien. Rata-rata skor jawaban variabel Kepuasan diperoleh sebesar 3.58 yang berada dalam kategori ”**Baik**”. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum ada pandangan bahwa BKPM Semarang sudah memuaskan pasien.

Tabel 7
Pengujian Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	.757	1.321
Nilai Pelanggan	.757	1.321

Sumber:Data sekunder yang diolah, 2015

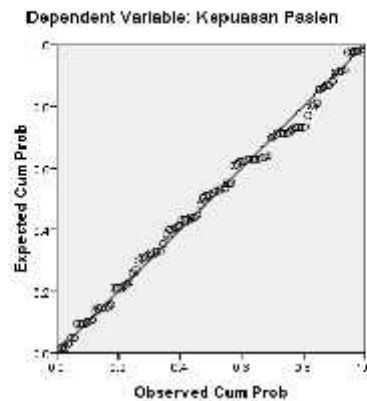
Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah angka 10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, yang berarti variabel bebas dapat digunakan sebagai variabel independen sebagai prediktor yang independen.

Dengan kata lain konsep yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan merupakan konsep yang independen dan berbeda.

Gambar 1

Uji normalitas data

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



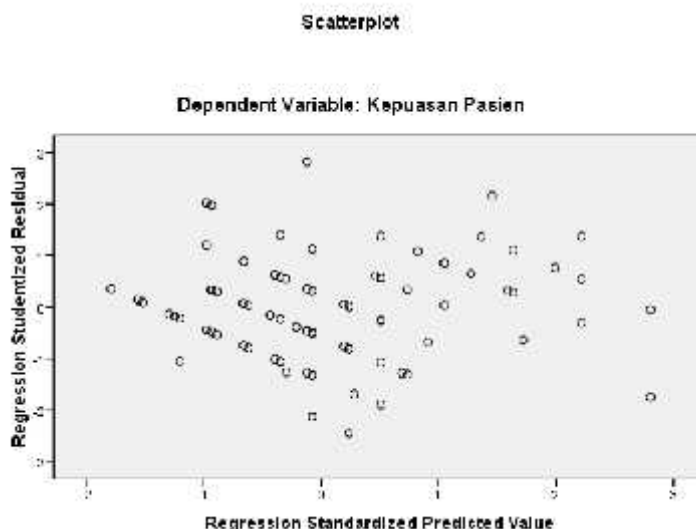
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.21881003
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.039
Kolmogorov-Smirnov Z		.751
Asymp. Sig. (2-tailed)		.625

a. Test distribution is Normal.

Gambar tersebut menunjukkan bahwa titik-titik residual ketiga model regresi sudah berdistribusi normal karena titik-titik tersebut yang menyebar di sekitar garis diagonal. Dengan demikian syarat kenormalan sebagai pengujian statistik dengan menggunakan regresi dapat terpenuhi.

Gambar 2
Uji Heteroskedastisitas



Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak ada satupun variabel bebas yang signifikan berhubungan dengan nilai mutlak residual. Hal ini berarti bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas. Dengan demikian menunjukkan bahwa gangguan variabel (error) dari penelitian ini tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel-variabel bebasnya, yang berarti bahwa gangguan (error) dari penelitian ini memiliki varian atau variasi yang homogen untuk setiap sampel.

Tabel 8

Hasil analisis regresi linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.339	1.106		.307	.760
Kualitas Pelayanan	.323	.063	.428	5.140	.000
Nilai Pelanggan	.376	.082	.382	4.585	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

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

$$Y = 0,428 X_1 + 0,382 X_2$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

Koefisien regresi variabel X_1 (kualitas pelayanan) diperoleh sebesar 0,428 dengan tanda koefisien positif. Koefisien regresi variabel X_2 (nilai pelanggan) diperoleh sebesar 0,382 dengan tanda koefisien positif.

Tabel 9
Uji Model

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	141.526	2	70.763	46.673	.000 ^a
	Residual	147.064	97	1.516		
	Total	288.590	99			

a. Predictors: (Constant), Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Dari hasil perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai F sebesar 46,673 dengan tingkat signifikansi 0,000. Jika dilihat dari nilai signifikansi F tersebut diperoleh bahwa nilai sig F lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variabel-variabel kualitas pelayanan dan nilai pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pasien.

Tabel 10
Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700 ^a	.490	.480	1.23131

a. Predictors: (Constant), Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,480. Hal ini berarti 48,0% kepuasan pasien dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, dan nilai pelanggan, sedangkan 52,0% lain variabel kepuasan pasien dapat dijelaskan oleh variabel lainnya.

Pengujian Hipotesis

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian diperoleh nilai t hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien menunjukkan nilai t hitung = 5,140 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan arah koefisien positif, dengan demikian diperoleh bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Pasien dapat diterima. Dengan kata lain Hipotesis 1 diterima. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan yang semakin baik yang diberikan oleh BKPM akan meningkatkan tingkat kepuasan pasien. Hasil ini berarti bahwa dengan adanya dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti bukti fisik, kehandalan, ketanggapannya, jaminan dan

perhatian dari BKPM terhadap pasien akan dapat memberikan peningkatan terhadap tingkat kepuasan pasien.

Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pasien

Hasil pengujian diperoleh nilai t hitung untuk variabel Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pasien menunjukkan nilai t hitung = 4,585 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan arah koefisien positif, dengan demikian diperoleh bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa nilai pelanggan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Pasien dapat diterima. Dengan kata lain Hipotesis 2 diterima. Hal ini berarti bahwa nilai atau manfaat yang semakin banyak yang diperoleh dari BKPM akan meningkatkan tingkat kepuasan pasien. Hasil ini berarti bahwa dengan adanya manfaat yang besar selama memeriksakan kesehatan di BKPM akan dapat memberikan kepercayaan pada pasien yang pada akhirnya dapat mengakibatkan peningkatan terhadap tingkat kepuasan pasien.

PEMBAHASAN

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pasien

Pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan tingkat kepuasan pasien. Pasien yang menerima layanan jasa yang berkualitas, maka dengan demikian ia akan mendapatkan nilai dari jasa yang telah dibeli sebelumnya dan memiliki probabilitas merekomendasikan pada orang lain sehingga ada peningkatan kepuasan. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya.

Persepsi pasien terhadap kualitas pelayanan BKPM dalam penelitian ini berada dalam kategori positif. Hal ini ditunjukkan dari skor *mean* empirik yang cukup tinggi, dimana diperoleh pula bahwa subjek yang memiliki persepsi yang baik memiliki jumlah yang lebih banyak dibandingkan yang memiliki persepsi tidak baik. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi setiap pasien berbeda-beda, meskipun seluruh pasien mendapatkan pelayanan yang sama. Hal tersebut membuktikan pernyataan bahwa persepsi bersifat individual. Perbedaan persepsi pada setiap individu dipengaruhi oleh perbedaan kebutuhan, dan karakteristik individu tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasien BKPM Semarang memiliki kepuasan yang tinggi. Hal tersebut dibuktikan dengan skor *mean* kepuasan yang diperoleh cukup besar. Kepuasan yang dirasakan adalah merupakan hasil dari evaluasi yang didasarkan pada pengalaman konsumen terhadap jasa yang diperoleh. Kualitas dari jasa yang dibeli adalah merupakan tujuan dari konsumen. Hal ini berarti bahwa kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Penerimaan atas kualitas jasa yang baik akan menyebabkan peningkatan kepercayaan pasien yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pasien.

Sebagai suatu usaha pemberi jasa pelayanan BKPM yang berkompetensi terhadap pelayanan kesehatan umum, maka kehandalan pengelola BKPM akan sangat dinantikan oleh pasien. Dalam hal ini memberikan arti bahwa keandalan dengan item pelayanan yang diberikan secara baik secara tepat. Jika hal tersebut diberikan kepada pasien maka akan memberikan persepsi yang baik atas pelayanan yang diberikan yang berarti bahwa harapan mereka terpenuhi.

Persepsi positif terhadap kualitas pelayanan BKPM akan menimbulkan kepuasan, kepercayaan, dan harapan pada pasien, kemudian menentukan sikap dan

perilaku selanjutnya terhadap BKPM tersebut. Kepuasan pasien BKPM yang terakumulasi secara terus-menerus akan menimbulkan sikap positif.

Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pasien

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien. Kondisi tersebut berarti bahwa semakin positif persepsi pasien terhadap manfaat pemeriksaan kesehatan di BKPM Semarang, maka semakin tinggi kepuasan pasien. Sebaliknya, semakin negatif persepsi terhadap kualitas tenaga medis, maka semakin rendah pula kepuasan pasien.

Tanggung jawab pihak penyedia jasa kesehatan di BKPM terhadap pasien akan menentukan kondisi pasien pasca pembelian jasa pelayanan kesehatan di BKPM. Dengan demikian pihak pengelola BKPM merupakan pihak yang pertama kali diberi tanggung jawab memberikan pelayanan kesehatan yang baik kepada masyarakat.

Nilai pelanggan yang tinggi ditunjukkan dari diperolehnya manfaat yang besar yang diperoleh pasien dalam membeli pelayanan kesehatan di BKPM. Manfaat yang diperoleh ditunjukkan dari tarif pelayanan yang relatif murah namun dengan kualitas pelayanan yang memadai. Manfaat lain yang diperoleh adalah berupa aspek sosial yang besar yang diberikan BKPM kepada pasien. Dalam hal ini BKPM lebih banyak memerankan sebagai organisasi sosial dibanding dengan organisasi yang mengejar profit sehingga dengan kondisi tersebut pasien merasa diuntungkan yang pada akhirnya menciptakan kepuasan yang tinggi.

KESIMPULAN

Dari pembahasan yang telah diuraikan di muka serta berdasarkan data yang penulis peroleh dari penelitian sebagaimana yang telah dibahas dalam skripsi ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pasien. Kualitas pelayanan yang lebih baik akan meningkatkan tingkat kepuasan pasien BKPM
2. Nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pasien. Nilai manfaat yang lebih besar yang diperoleh pasien akan meningkatkan tingkat kepuasan pasien atas BKPM
3. Dilihat dari hasil analisis regresi linier berganda dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan lebih berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan hasil $X_1 = 0,428$ sedangkan hasil dari nilai pelanggan adalah $X_2 = 0,382$

Dengan peningkatan kualitas pelayanan maka akan dapat meningkatkan kepuasan pasien dimana ketika pasien yang memperoleh layanan jasa yang berkualitas maka akan memiliki kemungkinan besar untuk merekomendasikan kepada orang lain.

REFERENSI

Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi 6*. Jakarta: Rineka Cipta

Assauri, Sofyan, 2003. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.



- Cronin Jr., J. Joseph, Michael K. Brady, and G. Tomas M. Hult, 2000, "Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments." *Journal of Retailing* 76 (Summer), 193-218.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grönroos, C. 1990, *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Approach*. Chichester: Wiley.
- Imroatul Khasanah dan Octarina Dina Pertiwi, 2010, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth Semarang, *Aset*, Februari 2010, hal. 117-124m Vol 12. No 2.
- Juran, J.M., 1992, *Juran on Quality by Design*, The Free Press, New York
- Kotler, Philip dan Keller, Lane, 2009, *Manajemen Pemasaran: Edisi 1.2, Jilid-2*. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Phillip, 2007, *Manajemen Pemasaran (terjemahan)*, Jakarta: Pearson Education Asia Pte LtdKuhl dan Beckman.
- Lovelock, Christopher H., (1991), *Service Marketing*, 2nd edition, Prentice Hall
- Lupiyoadi, Rambat, 2000, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Salemba 4, Jakarta.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L,1985, "A conceptual model of service quality and its implications for futurerearch", *Journal of Marketing*, Vol. 49 No. 4, pp. 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. 1991. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Futura Research. *Journal of Marketing*, 49 (Fall), 41-50.
- Peppard, J., dan Rowland, P., 1995, *The Essence of Business Process Reengineering*, diterjemahkan oleh Fandi Tjiptono, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta
- Prasetio, Ari, 2012, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, *Management Analyst Journal*, Vol 1 No.4
- Rachmad Hidayat, 2009, Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas
- Schiffman J.B dan Kanuk Lealie Lazar, 2004, *Consumer Behavior* published by Prentice Hall Sixth edition.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta



- Sweeney, Jillian C., and Geoffrey N. Soutar, 2001, "Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale." *Journal of Retailing* 77 (Summer), 203-220.
- Tjiptono, Fandi. 2004. *Prinsip – Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta : Andi
- Umar, Husein, 2002, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wexley, Kenneth N. dan Gary A. Yukl, 1988. *Perilaku Organisasi dan Psikologi Personalia* , terjemahan PT. Bina Aksara, Jakarta.
- Woodruff, Robert B. (1997), "Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage." *Journal of The Academy Of Marketing Science* 25 (March), 139-153.