

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada IGD RSUD Larantuka)

The Effect Of Service Quality To Customer Satisfaction (A Case Study At The Larantuka District Hospital Emergency Unit)

Maria Avelina M. Hallan

innovawbl@yahoo.co.id

Program Pascasarjana Universitas Terbuka
Graduate Studies Program Indonesia Open University

ABSTRAK

Salah satu indikator kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut Parasuraman, dkk. (1990) dalam Pasolong (2011), terdapat lima dimensi service quality (servqual) yaitu *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty*. Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif eksplanatif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan antara variabel bebas yaitu *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty* terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan pada Instalasi Gawat Darurat di RSUD Larantuka. Data diperoleh melalui jawaban terhadap kuisisioner yang disebarakan terhadap 91 orang responden yang dipilih secara acak. Berdasarkan hasil olah data dengan menggunakan SPSS v.19, diperoleh hasil : Uji t menunjukkan bahwa hanya dua dimensi yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan yaitu *responsiveness* dengan nilai t hitung sebesar 3.105 dan *reliability* dengan t hitung sebesar 3.935. Sedangkan *tangibles*, *assurance* dan *emphaty* tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (1.987). Sedangkan uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung sebesar 38.830, nilai ini lebih besar dari F tabel sebesar 3,1884 sehingga hipotesis diterima. Nilai R² pada uji koefisien determinasi sebesar 0.696 artinya variabel *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty* secara bersama – sama mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 69.6%. Sisa sebesar 30.4% dipengaruhi oleh variabel lain. Sebagai kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa tidak semua variabel bebas (*tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty*) dapat berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, tetapi semua variabel bebas (*tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty*) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Saran yang dapat diberikan adalah pihak manajemen IGD lebih memperhatikan kualitas pelayanan agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pasien dan keluarganya.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty*, kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

One of the indicators of customer satisfaction is the service quality. According to Parasuraman et al. (1990) in Pasolong (2011), there are five dimensions of service quality (servqual) i.e tangibles, responsiveness, reliability, assurance and empathy. This study was quantitative explanatory. The aim of this study was, to find partial and simultaneous effect of the independent variables, which were tangibles, responsiveness, reliability, assurance and empathy on the dependent variable which was customer satisfaction in the Emergency Room at Larantuka Hospital. The data were collected through questionnaires distributed to 91 randomly selected respondents. Based on the analyses of the data using SPSS v.19, the obtained results were as follows. The T test showed that only two dimensions partially affect significantly on customer satisfaction with the responsiveness t value of 3.105 and reliability with t count of 3,935. Whereas tangibles, assurance and empathy partially were not partially effect on customer satisfaction, because the t value is smaller than the t table (1.987). The F-test showed that there was a significant influence on customer satisfaction if the independent variables were used simultaneously, with the calculated F value of 38.830, this value was greater than F table at 3.1884 so the hypothesis was accepted. The value of the determination coefficient (R^2) on test for was 0.696, which meant that tangibles, responsiveness, reliability, assurance and empathy taken together were capable of influencing customer satisfaction at 69.6 %. The remaining 30.4 % were influenced by other variables. In conclusion, this study showed that not all independent variables (tangibles, responsiveness, reliability, assurance and empathy) could partially influence customer satisfaction, but simultaneously they could. The emergency management service should pay more attention to the quality of service to satisfy the patients and their family.

Keywords : *quality of service, tangibles, responsiveness, reliability, assurance and empathy, customer satisfaction.*

PENDAHULUAN

Rumah Sakit merupakan salah satu lembaga pemberi layanan di bidang kesehatan yang seringkali menuai kritikan dari masyarakat, berkaitan kualitas pelayanan yang diterima.

Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan faktor penting untuk memperoleh kepuasan pelanggan. Untuk itu, pihak manajemen suatu organisasi pemberi layanan perlu melakukan pembenahan, penyempurnaan kinerja sumber daya manusia demi mempertahankan maupun meningkatkan kepuasan pelanggan dengan mengacu pada indikator kepuasan pelanggan yang terletak pada 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) menurut Parasuraman, Zeithaml, Berry yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty* (Pasolong, 2011:135).

1. *Tangibles* (bukti langsung), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. *Reliability* (keandalan), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan
3. *Responsiveness* (daya tanggap), keinginan para staf atau pegawai untuk membantu

- para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf atau pegawai bebas dari bahaya, resiko atau keragu – ragan.
 5. *Emphaty* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

RSUD Larantuka sebagai satu-satunya rumah sakit milik pemerintah, sudah semestinya mengedepankan pelayanan yang berkualitas. Keluhan dan kritikan seringkali terdengar terhadap kinerja dokter, perawat, staf administrasi maupun fasilitas yang terdapat di rumah sakit ini khususnya di IGD.

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh antara *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dan secara simultan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif eksplanatif, yaitu melihat pengaruh antara variabel bebas dan terikat. Jumlah sampel sebanyak 91 orang. Sampel dipilih secara acak dan bukan berasal dari keluarga tenaga medis, staf administrasi dan juga tidak bekerja pada RSUD Larantuka. Sedangkan variabel penelitian terdiri dari variabel bebas yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* dan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, melalui jawaban responden yang terdiri dari jawaban sangat baik, baik, netral, tidak baik dan sangat tidak baik untuk variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Jawaban sangat puas, puas, netral, tidak puas dan sangat tidak puas untuk variabel kepuasan pelanggan dengan masing- masing pilihan jawaban diberi skor 5 untuk jawaban tertinggi dan skor 1 untuk jawaban terendah.

Melalui uji validitas dan reliabilitas terhadap 48 item pertanyaan, diketahui bahwa semua item pertanyaan tersebut adalah valid dan handal dengan menggunakan taraf signifikan 5% dan r table bernilai 0,205. Untuk menganalisis hubungan antara variabel kinerja SDM dan sarana pelayanan secara terpisah maupun bersama – sama digunakan uji hipotesis t dan F dengan taraf signifikan 5% dan t tabel bernilai 1,987 dan F tabel bernilai 3,1884.

HASIL

Hasil olah data software SPSS v. 19 digunakan untuk melihat hasil uji regresi, koefisien determinan dan uji hipotesis sebagai berikut :

1. Uji Regresi :

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.831	5.389		.711	.479
	<i>Tangibles</i>	.647	.407	.131	1.592	.115
	<i>Responsiveness</i>	.881	.284	.264	3.105	.003
	<i>Reliability</i>	1.362	.346	.367	3.935	.000
	<i>Assurance</i>	.460	.323	.112	1.422	.159
	<i>Emphaty</i>	.487	.290	.151	1.680	.097

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

2. Koefisien Determinan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.834 ^a	.696	.678	6.068	1.652

a. Predictors: (Constant), *emphaty*, *assurance*, *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.831	5.389		.711	.479
	<i>Tangibles</i>	.647	.407	.131	1.592	.115
	<i>Responsiveness</i>	.881	.284	.264	3.105	.003
	<i>Reliability</i>	1.362	.346	.367	3.935	.000
	<i>Assurance</i>	.460	.323	.112	1.422	.159
	<i>Emphaty</i>	.487	.290	.151	1.680	.097

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.831	5.389		.711	.479
	<i>Tangibles</i>	.647	.407	.131	1.592	.115
	<i>Responsiveness</i>	.881	.284	.264	3.105	.003
	<i>Reliability</i>	1.362	.346	.367	3.935	.000
	<i>Assurance</i>	.460	.323	.112	1.422	.159
	<i>Emphaty</i>	.487	.290	.151	1.680	.097

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7148.459	5	1429.692	38.830	.000 ^a
	Residual	3129.651	85	36.819		
	Total	10278.110	90			

a. Predictors: (Constant), *emphaty*, *assurance*, *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

PEMBAHASAN

Setelah melakukan uji regresi, uji koefisien determinan dan uji hipotesis maka diperoleh hasil untuk menjawab tujuan dari penelitian ini.

Dari ke lima variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model, ternyata hanya dua variabel yang signifikan pada $\alpha = 0.05$, hal ini terlihat dari probabilitas signifikan ke dua variabel (*responsiveness* dan *reliability*) yang berada di bawah 0.05 yaitu 0.003 dan 0.000 dan satu variabel (*emphaty*) yang berpengaruh signifikan pada $\alpha = 0.10$ yang terlihat dari probabilitas signifikan di bawah 0.10 sebesar 0.097 sehingga dapat dikatakan kepuasan pelanggan dipengaruhi *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty* dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 3.831 + 0.647 \text{ tangibles} + 0.881 \text{ responsiveness} + 1.362 \text{ reliability} + 0.460 \text{ assurance} + 0.487 \text{ emphaty}.$$

- Koefisien constanta bernilai positif maka dengan adanya variabel *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty* maka kepuasan pelanggan akan cenderung meningkat.

- Koefisien regresi variabel *tangibles* bernilai positif berarti dengan mengasumsi variabel bebas lainnya tidak ada maka apabila *tangibles* meningkat maka kepuasan pelanggan pun akan meningkat.
- Koefisien regresi variabel *responsiveness* bernilai positif berarti dengan mengasumsi variabel bebas lainnya tidak ada maka apabila *responsiveness* meningkat maka kepuasan pelanggan pun akan meningkat.
- Koefisien regresi variabel *reliability* bernilai positif berarti dengan mengasumsi variabel bebas lainnya tidak ada maka apabila *reliability* meningkat maka kepuasan pelanggan pun akan meningkat.
- Koefisien regresi variabel *assurance* bernilai positif berarti dengan mengasumsi variabel bebas lainnya tidak ada maka apabila *assurance* meningkat maka kepuasan pelanggan pun akan meningkat.
- Koefisien regresi variabel *emphaty* bernilai positif berarti dengan mengasumsi variabel bebas lainnya tidak ada maka apabila *emphaty* meningkat maka kepuasan pelanggan pun akan meningkat.

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 (R square) sebesar 0.696, artinya variabel *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty* secara bersama – sama mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 69,6 %. Hal ini berarti masih ada 30.4% variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan selain. Secara konseptual terdapat 5 (lima) faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya (Lupiyoadi, 2001:158). Yang tidak diteliti dalam penelitian ini adalah kualitas produk, emosional, harga dan biaya.

Pada tabel di atas diketahui bahwa nilai t hitung untuk variabel *tangibles* sebesar 1.592, dan berdasarkan ketentuan di atas diketahui bahwa $1.592 < 1.987$ sehingga kesimpulannya adalah menerima H_0 dan menolak H_a atau dengan kata lain tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial pada variabel *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan.

- Hipotesis untuk variabel *responsiveness* :

H_a = diduga terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial pada variabel *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan.

H_0 = diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial pada variabel *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan.

Pada tabel di atas diketahui bahwa nilai t hitung untuk variabel *responsiveness* sebesar 3.105, dan berdasarkan ketentuan di atas diketahui bahwa $3.105 > 1.987$ sehingga kesimpulannya adalah menerima H_a dan menolak H_0 atau dengan kata lain terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial pada variabel *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan.

- Hipotesis untuk variabel *reliability* :

H_a = diduga terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial pada variabel *reliability* terhadap kepuasan pelanggan.

H_0 = diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial pada variabel *reliability* terhadap kepuasan pelanggan.

Pada tabel di atas diketahui bahwa nilai t hitung untuk variabel *reliability* sebesar 3.935, dan berdasarkan ketentuan di atas diketahui bahwa $3.935 > 1.987$ sehingga kesimpulannya adalah menerima H_a dan menolak H_0 atau dengan kata lain terdapat

pengaruh yang signifikan secara parsial pada variabel *reliability* terhadap kepuasan pelanggan.

- Hipotesis untuk variabel *assurance* :

Ha = diduga terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial pada variabel *assurance* terhadap kepuasan pelanggan.

H0 = diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial pada variabel *assurance* terhadap kepuasan pelanggan.

Pada tabel di atas diketahui bahwa nilai t hitung untuk variabel *assurance* sebesar 1.422, dan berdasarkan ketentuan di atas diketahui bahwa $1.422 < 1.987$ sehingga kesimpulannya adalah menerima H0 dan menolak Ha atau dengan kata lain tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial pada variabel *assurance* terhadap kepuasan pelanggan.

- Hipotesis untuk variabel *emphaty* :

Ha = diduga terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial pada variabel *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan.

H0 = diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial pada variabel *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan.

Pada tabel di atas diketahui bahwa nilai t hitung untuk variabel *emphaty* sebesar 1.680, dan berdasarkan ketentuan di atas diketahui bahwa $1.680 < 1.987$ sehingga kesimpulannya adalah menerima H0 dan menolak Ha atau dengan kata lain tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial pada variabel *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa hanya 2 (dua) variabel bebas yaitu *responsiveness* dan *reliability* yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel *reliability* dengan nilai β sebesar 1.362.

Berdasarkan tabel annova diperoleh F hitung sebesar 38.830. Berdasarkan ketentuan di atas maka F hitung $>$ F tabel atau $38.830 > 3.1884$ sehingga menerima Ha dan menolak Ho atau menerima hipotesis diduga terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan. Walaupun variabel *tangibles* tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan tetapi berdasarkan analisa responden terhadap kuisisioner, sebagian responden masih merasa puas terhadap kualitas fisik dan menilai baik terhadap keadaan fisik di IGD. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menolak hipotesis terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara antara *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penilaian responden yang menyatakan baik dan merasa puas dengan variabel *responsiveness*, dengan demikian dapat dikatakan bahwa penelitian ini menerima hipotesis terdapat

pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan.

- c. Demikian juga untuk variabel *reliability* yang signifikan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Uji t mendukung tanggapan responden yang menyatakan puas dan menilai baik terhadap variabel *reliability*. Dengan demikian uji t menerima hipotesis terdapat pengaruh antara variabel *reliability* terhadap kepuasan pelanggan.
 - d. Uji t juga membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel *assurance* dan kepuasan pelanggan. Hal ini bertentangan dengan tanggapan responden yang menyatakan puas dan menilai baik terhadap variabel *assurance*. Dengan demikian uji t menolak hipotesis terdapat pengaruh antara variabel *assurance* terhadap kepuasan pelanggan.
 - e. Uji t juga menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel *emphaty* dan kepuasan pelanggan. Hal ini tidak sejalan dengan tanggapan responden yang menyatakan puas dan menilai baik terhadap variabel *emphaty*. Dengan demikian uji t menolak hipotesis terdapat pengaruh antara variabel *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan.
 - f. Uji F membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian uji F menerima hipotesis terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan.
2. Saran.
- a. Secara praktis, bagi manajemen RSUD Larantuka khususnya di IGD lebih mempertahankan kualitas pelayanan berdasarkan bukti fisik, penampilan fisik, ketanggapan, kecepatan, ketepatan, kemampuan, keandalan dan sikap yang ditunjukkan oleh dokter, perawat dan pegawai administrasi terhadap pelanggan.
 - b. Pihak manajemen IGD diharapkan lebih memberikan perhatian khusus terhadap kepedulian, sikap, tanggapan dan kejelasan informasi yang diberikan oleh dokter, perawat dan pegawai administrasi kepada pelanggan dan memperbaiki serta menambah fasilitas yang terdapat di IGD.
 - c. Manajemen IGD harus selalu melakukan perbaikan kualitas pelayanan secara terus menerus ke arah yang lebih baik dan petugas harus cepat merespon dengan keadaan pasien agar pasien merasa puas terhadap pelayanan yang diterima.
 - d. Secara teoritik, penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel kualitas produk, emosi, harga dan biaya yang turut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Pasolong, Harbani. (2011). *Teori Administrasi Publik*. Cetakan ketiga. Bandung: CV. Alfabeta.

Rambat, Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.