

**HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN TERHADAP
PELAYANAN RUMAH SAKIT DENGAN LOYALITAS
PASIEN PENGGUNA JASA ASKES PADA INSTALASI
RAWAT JALAN DI RUMAH SAKIT UMUM HAJI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Psikologi (S.Psi)**



Oleh :

DYAH PRAMANA PUTRI
NIM. B07205077

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2009**

Gajah Belang

- Jl. Jemur Wonosari Lebar No. 24 ☎ 031 - 8439407,
- Gebang Lor No. 5 ☎ 031 - 5953789

PERPUSTAKAAN
IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA
No. KLASIFIKASI : D-2009/psi/018
No. ASAL BUKU :
TANGGAL :



PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh **Dyah Pramana Putri (B07205077)**, ini telah dipertahankan di depan
Tim Penguji Skripsi

Surabaya, **5** - Agustus - 2009

**Mengesahkan
Fakultas Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel**



Dekan,

Prof. Dr. H. Sonhadji Sholeh, Dip. IS
NIP. 19490728 196712 1 001

Ketua,

Drs. Sjahudin Piradi, M.Si
NIP. 19520504 198003 1 003

Sekretaris,

Lucky Abrorry, M.Psi.
NIP. 19791001 200604 1 005

Penguji I,

dr. Hj. Siti Nur Asiyah M.Ag.
NIP. 19720927 199603 2 002

Penguji II,

Drs. Bambang Widiatmodjo M.Si. Psi
NIP. 19550122 198503 1 001

ABSTRAK

Dyah Pramana Putri, 2009 : *Hubungan Antara Kepuasan Terhadap Pelayanan Dengan Loyalitas Pasien Pengguna Jasa Askes Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Haji Surabaya*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepuasan terhadap pelayanan dengan loyalitas pasien pengguna jasa Askes pada instalasi rawat jalan di RSUD Haji Surabaya.

Menurut Oliver kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya. Sedangkan pelayanan menurut Devire mendefinisikan pelayanan sebagai penciptaan terhadap pengalaman-pengalaman positif yang dapat diharapkan oleh para konsumen dan melampaui harapan-harapan mereka. Oliver mendefinisikan loyalitas sebagai komitmen yang dipegang teguh untuk membeli ulang atau berlangganan dengan jasa secara konsisten dimasa mendatang. Pasien yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan akan cenderung loyal dan akan mengulangi kunjungan untuk mendapatkan kepuasan yang sama. Pelayanan yang baik pula akan menimbulkan pencitraan yang positif bagi para pasien. Adapun hipotesis yang diajukan adalah adanya hubungan yang signifikan antara kepuasan terhadap pelayanan dengan loyalitas pasien.

Subyek dalam penelitian ini adalah para pengguna jasa Askes di poli syaraf, poli jantung, poli paru, poli penyakit dalam dan poli mata yang pada masing-masing poli diambil sample hanya 10 orang. Jadi jumlah subyek pada penelitian ini ada 50 subyek. Teknik yang diambil dari penelitian ini dengan menggunakan random sampling atau sample yang di pilih secara acak. Berdasarkan hasil analisis Kendalls Tau di peroleh nilai Z hitung sebesar 4,156 dengan Z table 1.96. Dengan demikian berarti terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan terhadap pelayanan rumah sakit dengan loyalitas pasien pengguna jasa Askes pada Instalasi rawat jalan di RSUD Haji Surabaya.

Hal ini berarti kepuasan terhadap pelayanan dengan komponen-komponen di dalamnya dapat di jadikan variable predictor untuk mengukur tingkat loyalitas pasien. Untuk peneliti selanjutnya waktu mengambil data tidak hanya dengan alat ukur saja melainkan di lengkapi dengan observasi dan wawancara agar hasil yang akan di peroleh menjadi semakin akurat.

Kata kunci: Kepuasan terhadap pelayanan, loyalitas pasien.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Rumah sakit adalah salah satu bentuk penyelia layanan kesehatan. Rumah sakit berusaha untuk meningkatkan layanan yang di berikanya agar bias memberikan kepuasan terhadap pasien yang dirawat. Sementara itu, harapan-harapan pasien selalu meningkat setiap waktu, akibatnya terjadilah kesenjangan antara harapan dan kenyataan layanan yang di terima.

Selain itu rumah sakit didirikan atas dasar mempunyai tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam rangka mewujudkan tujuan tersebut antara komponen yang satu dengan komponen yang lain harus berjalan dengan baik, guna dapat membatu dan memenuhi tujuan dan harapan rumah sakit yang telh ditentukan.

Dalam dunia jasa ataupun layanan, di temukan ada dua macam konsumen. Pertama, konsumen yang loyal karena mengalami kepuasan layanan yang di terimanya. Kedua, konsumen yang ingin mencari dan berpindah layanan karena berharap menemukan penyelia layanan yang lebih baik dan memberikan kepuasan kepada pengguna layanan itu.¹ Selain itu, dalam layanan kesehatan terdapat pula dua macam pasien, yaitu: pasien umum dan pasien pengguna ASKES

¹ Klinis, *Kepuasan Terhadap Pelayanan Rumah Sakit*, 20/04/09, 19.12

, diakses

bukan hanya atas pelayanan yang baik saja, melainkan adanya biaya grati dan fasilitas yang sama seperti pelayanan pasien umum lainnya. Hal itu dapat menjadikan pasien tersebut menjadi loyal terhadap rumah sakit.

Fenomena yang lain adalah terkadang adapula pasien yang mendapatkan kepuasan pelayanan yang baik tetapi tidak loyal kepada rumah sakit tersebut. Ada bermacam-macam alasan yang mereka utarakan, salah satunya penyakit yang ia alami tak kunjung sembuh sehingga memutuskan untuk pergi ketempat ataupun rumah sakit lain yang menurut mereka bisa menyembuhkan penyakitnya, walaupun pelayanan yang mereka terima belum tentu memuaskan bagi pasien. Bagi mereka asalkan mereka bisa sembuh maka ia cenderung loyal terhadap rumah sakit walaupun pelayanan itu belum tentu memuaskan.

Selain itu, karena adanya fasilitas biaya yang gratis mereka akan tetap mengunjungi rumah sakit itu walaupun masih ada keluhan-keluhan yang di utarakan kepada pihak rumah sakit, meskipun ia tidak mendapatkan kepuasan atas pelayanan yang di berikan.

Penelitian ini di lakukan di instalasi rawat jalan rumah sakit umum haji surabaya, yang letaknya di Jalan Sukolilo Surabaya. Adapun pasien yang menjadi subyek adalah para pengguna jasa Askes pada instalasi rawat jalan yang terdapat pada poli syaraf, poli jantung, poli mata, poli paru-paru, dan poli penyakit dalam.

Penelitian ini awalnya akan dilakukan di dua pertama di RSU Haji Surabaya dan yang kedua Rumah Sakit umum Negeri terbesar di

BAB II : Tinjauan Puataka

Bab ini berisi tentang kerangka teoritis yang berkaitan dengan topik permasalahan hipotesa dan model analisa.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini berisi tentang metode-metode penelitian yang berisi tentang devinisi operasional, identivikasi variabel, jenis-jenis sumber data, prosedur pengumpulan data dan teknik analisa.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang gambaran umum subyek penelitian, hasil penelitian, analisa model atau pengujian hipotesa dan pembahasan.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi yang berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang bermanfaat bagi rumah sakit dan penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka

1. Kepuasan Pelayanan Pasien

a. Kepuasan

Kepuasan menurut Kamus Bahasa Indonesia puas; merasa senang (Perihal yang bersifat kesenangan, puas, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat di artikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seorang di karenakan mengkonsumsi barang atau jasa.¹⁵

Sedangkan kata "kepuasan" atau satisfaction dalam bahasa latin "satis" (artinya cukup baik, memadai) dan "facio"(melakukan atau membuat), sehingga secara sederhana dapat diartikan sebagai 'upaya pemenuhan sesuatu'. Namun, di tinjau dari perspektif perilaku konsumen, istilah 'kepuasan pasien' lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Bahkan, sebenarnya sampai saat ini belum dicapai kesepakatan mengenai konsep kepuasan pelanggan.¹⁶

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai

¹⁵ Klinis, *Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Rumah Sakit*, Artikel, diakses 20/04/09, 19.12

¹⁶ Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen & Pemasaran Kontenporer*, Yogyakarta: Andi, 2001, hal 89

memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan¹⁷

Menurut Oliver (dalam Supranto, 2001) mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang di rasakannya.¹⁸ Senada dengan Oliver, menurut Kohler (1988) kepuasan membandingkan kinerja atau yang di rasakan di bandingkan dengan harapannya.¹⁹

James. G Barners, mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan, sebenarnya merupakan tanggapan yang di berikan oleh pelanggan atas terpenuhinya kebutuhan sehingga memperoleh kenyamanan.²⁰

Day mendefinikan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidak sesuaian yang di persepsikan antara harapan awal sebelum membeli dan kinerja aktual produk atau jasa yang di rasakan setelah memakainya.²¹

Sedangkan menurut Laily kepuasan konsumen di pengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Menurutnya persepsi konsumen berhubungan dengan hrpan tertentu dan jika harapan

¹⁷ Cokroaminoto, *The Customers Satisfaction: Sebuah Tinjauan Peningkatan Kepuasan Pelanggan Di Rumah Sakit*, Diakses 20/06/09, 16.25

¹⁸ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayu Media Publising, 2004, Hal 349

¹⁹ Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2001, hal 233

²⁰ Agus subekti Doelhadi. E. M, *Mengukur Tigkat Kepuasan Pelanggan: Perspektif Psikologi Konsumen*. Jurnal Insan, Vol. 8, No 1, April 2008.

²¹ Fandi Tjiptono, 2001, Op.cit,

konsumen terlalu tinggi tetapi tidak di penuhi oleh suatu prduk ayau jasa, maka produk atau jasa tersebut tidak dapat memuaskan konsumen.²²

Selain itu pasien yang puas merupakan aset yang sangat berharga karena apabila pasien puas mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya, tetapi jika pasien tidak puas mereka akan memberikan dua kali lebih hebat kepada orang lain tentang pengalaman terburuknya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa, kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari perbedaan yang dirasakan dengan harapannya. Apabila kinerja dibawah harapan, pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, pelanggan akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan , pelanggan akan sangat puas.

Harapan pelanggan dapat di bentukoleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya dan informasi yang ia terima dari pemasar. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan atau jasa

Pasien adalah orang yang karena kelemahan fisik atau mentalnya menyerahkan pengawasan dan pengawasannya, menerina dan mengikuti pengobatannya yang di tetakan oleh tenaga kesehatan (Prabowo,1994). Sedangkan Aditama (2002) berpendapat bahwa pasien adalah mereka yang di obati di Rumah sakit.²³

²² Laily Rahmah, *Peran Keterlibatan Konsumen, Citra Merek, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Merek*, *Jurnal Psikologi Proyeksi*, Vol. 2, No. 1, Feb 2007

²³ Klinis, Op.cit

6. Fasilitas ruang inap untuk pasien yang harus di rawat. Fasilitas ruang inap ini di sediakan berdasarkan permintaan pasien sesuai dengan yang di kehendaknya.
7. Hasil treatment atau hasil perawatan yang di terima oleh pasien yaitu perawatan yang berkaitan dengan kesembuhan penyakit baik berupa operasi, kunjungan dokter atau perawat.

c. Pelayanan konsumen

Pelayanan adalah salah satu unsur penting dalam organisasi jasa. Hal ini disebabkan oleh pelayanan merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mengukur kinerja organisasi jasa (Hope dan Muhlemann, 1997).

Devire mendefinisikan pelayanan sebagai penciptaan terhadap pengalaman-pengalaman positif yang dapat diharapkan oleh para konsumen dan melampaui harapan-harapan mereka.²⁵

Sedangkan menurut Barrie H & Mike. S, mendefinisikan pelayanan yang baik adalah memberikan pelanggan sedikit lebih banyak dari harapan mereka.²⁶

Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus mendapatkan perhatian yang serius dari manajemen organisasi dan jasa. Untuk menetapkan

²⁵ Arie Indarjati, *Pelayanan Berbasis kebutuhan konsumen*, Jurnal, PSIKODIMENSIA, Kajian Ilmiah Psikologi, vol. 1, No. 3, hal 153

²⁶ Barrie Hopson & Mike Scally, *12 Langkah Menuju Sukses Melalui.....*, Edisi Terjemahan, Jakarta: Arcan, 2007, Hal 30

kualitas pelayanan yang ingin di capai oleh sebuah organisasi jasa, terlebih dahulu organisasi tersebut harus mempunyai tujuan yang jelas.²⁷

Pelayanan yang baik dan memuaskan masyarakat menurut moenir (1995), adalah:²⁸

- a. Adanya kemudahan dalam pengurusan kepentingan dengan pelayanan yang cepat.
- b. Mendapatkan pelayanan secara wajar tanpa gerutu, sindiran atau untaian kata lain semacam itu
- c. Mendapatkan perlakuan yang sama dalam pelayanan dalam kepentingan yang sama.

Sedangkan pelayanan adalah keunggulan yang di harapkan dan pengendalian diri atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Namun yang paling utama dalam melayani masyarakat adalah apakah pelayanan tersebut sudah dapat memberikan kepuasan para pengguna layanan.

d. Indikator-indikator Pelayanan

Amy Y.S Rahayu (1997) menyatakan penilaian kualitas pelayanan oleh konsumen adalah sebagai berikut: Indikator kualitas pelayanan menurut konsumen ada 5 dimensi sebagai berikut:²⁹

²⁷ I Nyoman Nurcahya, *Analisis Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Diprovinsi Bali*, jurnal.[http://e-jurnal.unud.ac.id/abstract/-3-naskar nur cahaya](http://e-jurnal.unud.ac.id/abstract/-3-naskar%20nur%20cahya). Di akses 23/04/05.09.32

²⁸ Nugroho W. Haryoko, *Loyalitas Pasien Terhadap Rumah Sakit*. Artikel, kesehatan.blogspot.com/2005/05.diakses 20/04/09:19.45

²⁹ Irianto. Op.cit Hal 50

2. Loyalitas Pasien

a. loyalitas pasien

Loyalitas pasien adalah kesetiaan pelanggan untuk tetap fasilitas yang diberikan. Menurut Jacoby dan Kryner seperti yang dikutip oleh Quester dan Lim, loyalitas adalah merupakan respon berperilaku (yang berupa pembelian), yang bersifat bias (non random), terungkap secara terus-menerus, oleh unit-unit pengambilan keputusan, dengan memperhatikan suatu bentuk alternatif dari sejumlah merek sejenis dan merupakan fungsi proses psikologis.³⁰

Sedangkan Giddens mengemukakan bahwa loyalitas adalah pilihan yang dilakukan konsumen untuk membeli merek tertentu dibandingkan merek lain dalam satu kategori produk.³¹

Schiffman dan Kanuk mendefinisikan loyalitas merek sebagai preferensi konsumen secara konsisten untuk melakukan pembelian pada merek yang sama pada produk yang spesifik atau kategori pelayanan tertentu.³²

Darmmesta mengungkapkan bahwa istilah loyalitas pelanggan sebetulnya berasal dari loyalitas merek yang mencerminkan loyalitas pelanggan pada merek tertentu. Senada dengan Darmmesta, Dick dan Basu

³⁰ Fandy tjiptono, *perspektif manajemen dan pemasaran kontemporer*, Yogyakarta, Andi 2000, Hal 109-111.

³¹ Fadjrianthi dan Zatul F, *Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen*, Jurnal Insan, Vol.7, No. 3, Desember 2005, hal 153

³² Ibid

memandang bahwa loyalitas merek merupakan hubungan yang erat antara sikap relatif dan perilaku pembelian ulang.³³

Aeker berpendapat bahwa loyalitas merek merupakan sebuah keterikatan konsumen terhadap merek tertentu.³⁴

Sementara itu, Caruana mengatakan bahwa loyalitas dapat dipandang sebagai *final effect* dari pembelian ulang yang di lakukan oleh konsumen.³⁵

Wilkie berusaha mengintegrasikan perspektif sikap dan behavioral ke dalam definisikannya: "loyalitas merek adalah sikap yang *favorable* dan kunjungan konsisten merk tertentu".³⁶

Sedangkan Oliver mengemukakan bahwa loyalitas merk adalah "komitmen yang dipegang teguh untuk membeli ulang atau berlangganan dengan jasa yang di sukai secara konsisten dimasa mendatang, sehingga menimbulkan pembelian atau kunjungan yang sama seara berulang, meskipun pengaruh situasional dan upaya tertentu yang berpotensi untuk menyebabkan perilaku beralih kunjungan tempat."³⁷

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan merupakan suatu pembelian, kunjungan dan kesetiaan dari waktu ke waktu atau dapat di sebut pembelian atau kunjungan ulang

³³ Laily Rahmah, Op.cti, hal 15

³⁴ _____, diakses 18/04/09, 18.35

³⁵ Babun Suhartoyo, *Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan*, Jurnal al-'adalah, Vol .8, No, 2, Agustus 2005, hal 76

³⁶ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publising, 2004, hal 387

³⁷ Ibid

dimana konsumen memiliki suatu komitmen yang tinggi terhadap pembelian atau kunjungan tersebut.

b. Fase-Fase Dalam Loyalitas

Oliver (1997) mengemukakan bahwa loyalitas dapat di pandang sebagai pengembangan terhadap tiga fase:

1) Fase pertama adalah Loyalitas kognitif

Yakni loyalitas yang di dasarkan pada kognisi saja. Pengukuran loyalitas pada fase inihanya ditujukan olehperbandingan antara pelayanan dengan pelaynan lainnya.

2) Fase kedua adalah Loyalitas afekisi

Menurut Reichhed, Sturn dan Thiry dalam Astiti (2001), bahwa meskipun di dorong oleh kepuasan yang menjadi signal timbulnya loyalitas sebenarnya. Pengukuran loyalitas afektif dinyatakan dengan kemungkinan lebih memilih pelayanan tertentu yang di dasari oleh sikap yang lebih menyukai pelayanan lain.

3) Fase ketiga adalah Loyalitas konatif

Loyalitas menurut ini menurut Oliver (1997) terjadi jika ada pengaruh yang menimbulkan perubahan afeksi terhadap pelayanan tertentu. Loyalitas konatif adalah pernyataan loyalitas dengan komitmen yang rendah untuk menggunakan ulang.

Sementara itu menurut Dharmmesta (1999) terdapat fase loyalitas tindakan dimana tahapan ini muncul setelh timbul aspek konatif.³⁸

³⁸

, diakses 18/04/09, 18.35

4) Fase keempat loyalitas tindakan

Loyalitas tindakan adalah keadaan dimana pelanggan melakukan atau dimana akan timbul tindakan melakukan kunjungan.

c. Komponen-komponen Loyalitas

Pada dasarnya ada dua perspektif utama yang menyangkut loyalitas: loyalitas sebagai perilaku dan sebagai sikap. Dengan kata lain loyalitas dapat di tinjau dari perasaan atau sikap pasien terhadap pelayanan yang di berikan.³⁹

a. Perspektif Behavioral

Berdasarkan perspektif ini, loyalitas di sertai dengan pembelian/kunjungan ulang secara konsisten oleh pelanggan/pasien. Setiap kali seorang pelanggan melakukan pembelian atau kunjungan ulang yang sama, maka ia dikatakan pelanggan yang setia pada merek tersebut.

b. Perspektif Sikap

Bila sikap pelanggan lebih positif (Favorable) terhadap merk atau jasa tertentu dibandingkan merk-merk lain, maka ia dikatakan loyal terhadap merk bersangkutan.

Kombinasi kedua komponen tersebut itu menghasilkan empat situasi kemungkinan loyalitas yaitu:

³⁹ Fandy Tjiptono. 2004 Op.cit hal 393-394

1) *No Loyalty*

Bila sikap dan perilaku pembelian ulang pelanggan sama-sama lemah, maka loyalitas tidak terbentuk.

2) *Sporious Loyalty*

Bila sikap yang relatif lemah disertai dengan pola pembelian yang ulang dan kuat, maka yang terjadi adalah sporiuos loyalty. Dimana pembelian ulang /kunjungan ulang dilakukan atas dasar pertimbangan situasional.

3) *Latent Loyalty*

Situasi ini tercermin bila sikap yang kuat disertai pola pembelian/kunjungan yang lemah.

4) *Loyalty*

Situasi ini merupakan situasi ideal yang paling diharapkan para pemasar, dimana konsumen bersikap positif terhadap produk atau jasa dan disertai dengan pola pembelian /kunjungan ulang yang konsisten

d. Indikator Loyalitas

Menurut Aaker, pembentukan dan pengukuran loyalitas merek dapat di ukur melalui beberapa faktor yaitu:⁴⁰

Sedangkan menurut Babun Suhartoyo kepuasan konsumen dan loyalitas pasien merupakan hubungan yang sangat terkait dimana secara empiris kepuasan konsumen sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan.⁴²

Schaars (1991) menjelaskan bahwa ada 4 kemungkinan yang menghubungkan yang dapat terjadi antara kepuasan dan loyalitas pelanggan, yakni; *failure, forced loyalty, defector* dan *successes*.⁴³

Selain itu dari penelitian yang dilakukan oleh Lee and Feick di temukan bahwa hubungan antara kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan, di modernisasi oleh variable *switching cost*. *switching cost* yang di ukur dengan *percieved difficulty to switch* lebih mempererat hubungan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas pelanggan.⁴⁴

Tjiptono juga menjelaskan bahwa kepuasan harus disertai dengan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang benar-benar loyal bukan saja sangat potensial menjadi *word-of-mouth advertisers*, namun juga kemungkinan besar loyal pada produk dan jasa perusahaan dalam jangka waktu yang lama.

B. Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya di lakukan oleh Babun Suhartoyo, beliau adalah dosen fakultas syariah Sekolah Tinggi Agama Islam negeri (STAIN) Jember, Di dalam Jurnalnya yang berjudul "Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan". Dalam penelitian itu di jelaskan bahwa, erat

⁴² Babun Suhartoyo, *kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan*, Jurnal Al-'adalah, vol. 8, No. 2, Agustus 2005, hal 79

⁴³ Ibid. Hal 80

⁴⁴ Ibid

hubungannya antara kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan serta banyaknya pengujian empiris yang membuktikan hal tersebut. Perbedaan dengan penelitian yang di tulis peneliti adalah penelitian Babun Suhartoyo menggunakan penelitian sebelumnya dan penelitian skripsi ini dilakukan di RSU Haji Surabaya. Dengan subyek para pengguna jasa Askes.

Selain itu penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh Salah satu mahasiswa Universitas Negeri Sultan Ageng Semarang yang bernama Laily Rahmah, dalam jurnalnya dengan judul "peran keterlibatan konsumen, citra merek dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek. Dengan hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat hubungan antara keterlibatan konsumen, citra merek, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek.

Adanya kesamaan hasil penelitian antara Laily Rahmah dengan penulis yaitu terdapat hubungan antar variable, sedangkan perbedaan yang muncul adalah variable yang tergantung yang disajikan berebeda. Laily Rahmah variabel tergantungnya ada 3 variable, sedangkan penulis hanya menggunakan 1 variable tergantung.

C. Kerangka Teori

Dari tinjauan pustaka diatas dapat di tarik kesimpulan sebagaimana berikut:

Kepuasan atas pelayanan adalah rasa puas, merasa senang dan kelegaan atas harapan seseorang yang dimiliki konsumen dengan kenyataan yang di terima konsumen pada saat mendapatkan jasa.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Instalasi rawat jalan Rumah Sakit Umum Haji, Surabaya pada pasien pengguna jasa Askes. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan model keputusan yang menggunakan angka. Pemecahan masalah manajemen dengan menggunakan model kuantitatif sangat menarik, karena hasil pemecahannya dipergunakan sebagai dasar pengambilan keputusan.⁴⁵

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian korelasional atau disebut juga *corelational reseach* merupakan penelitian yang menghubungkan atau korelasi satu variable penelitian dengan variable lainnya.⁴⁶

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi penelitian ini disebuah rumah sakit, yaitu Instalasi rawat jalan RSU Haji Surabaya, yang terletak di jalan Sukolilo Surabaya dan Rumah sakit ini melayani jasa Askes bagi para PNS, Pensiunan PNS ataupun keluarga PNS. Alasan dipilihnya rumah sakit ini adalah karena adanya fenomena yang mendukung untuk diteliti.

⁴⁵ Muskich, M, *Metode Kuantitatif*, Jakarta: Lembaga Penerbit FE UI, 1993, Hal 3-4

⁴⁶ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi & bisnis*, _____, hal 31

C. Populasi dan Teknik Sampling

1 Populasi

Subyek sangat di perlukan dalam penelitian. Menurut Supardi populasi adalah suatu kesatuan individu atau subyek pada wilayah kualitas waktu tertentu yang akan diamati atau di teliti. Selain itu populasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah populasi "finit" . Populasi jenis ini adalah jumlah populasi yang jumlah populasinya dapat ketahui dengan pasti.

2 Sample

Penelitian sample atau di sebut juga penelitian contoh, artinya penelitian yang di lakuakn dengan mengambil bagian anggota populasi untuk mewakili seluruh anggota populasi.⁴⁷ Dalam hal ini populasi dari pasien pengguna jasa Askes di Instalasi rawat jalan Rumah sakit Haji Sukolilo, Surabaya, sebanyak 50 orang yang akan di ambil sebagai sample.

Sehingga teknik pengambilan sample dalam penelitian ini adalah teknik *probability* sampling atau bisa di sebut juga dengan random sampling, yaitu pengabilan sample penelitian secara random. Untuk populasi yang bersifat finit, yang anggota populasinya dapat di tentukan jumlahnya lebih dulu.⁴⁸

⁴⁷ Ibid, hal 102

⁴⁸ Ibid, hal 107

Prinsip penentuan sample ini dalah sama dengan sample yang di pilih adalah mewakili keadaan populasi, karena anggota populasi dapat di tentukan terlebih dahulu.

Dengan batasan penelitian di atas maka subyek dalam penelitian ini adalah para pasien pengguna jasa Askes sebanyak 50 orang dengan ciri-ciri sebagai berikut:

1. Laki-laki atau perempuan
2. Para PNS dan Pensiunan PNS ataupun, para pensiunan TNI
3. Para keluarga anggota Askes
4. Usia rata-rata di atas 45 tahun

D. Variable Penelitian

Variabel adalah konsep yang memiliki bermacam-macam nilai. Konsep diterjemahkan menjadi variable agar dapat di ukur dengan melakukan deskripsi operasional dengan memberikan tekanan dan pemilihan pada aspek tetentu dari konsep itu sendiri⁴⁹

Supranto mengemukakan bahwa komponen kepuasan pelanggan dapat di tinjau dari pelayanan yang di berikan. Dalam skala tersebut di disediakan lima pilihan jawaban yang masing – masing memiliki nilai tersendiri dengan arah pernyataannya apakah *favorable* ataukah *unfavorable*. Pernyataan *favorable* dan *unfavorable* dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

⁴⁹ Supardi, ibid, Hal 93

Adapun variabel-variabel penelitian yang akan diteliti dapat diklasifikasikan sebagai berikut

1. Variable Terikat (y)

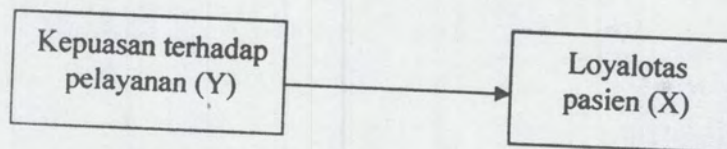
Yaitu variabel (*dependent variables*) yang disimbulkan dengan (Y)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (y) yaitu, kepuasan terhadap pelayanan rumah sakit..

2. Variabel Bebas (x)

Yaitu variabel (*independent variables*) yang disimbulkan dengan (x)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (x) yaitu, loyaltitas pasien.



E. Devinisi Operasional

Definisi operasional adalah hasil dari operasionalisasi. Beberapa peneliti mengemukakan bahwa mendefinisikan operasionalisasi sebagai proses penyederhanaan atau suatu konstruk ke dalam tingkat konsep. Cara lain menyusun definisi opeasional adalah memberikan makna pada suatu

konstruk atau variable dengan menetapkan “operasi” atau kegiatan yang di perlukan untuk mengukur konstruk atau variable.⁵⁰

Adapun definisi operasional dari masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1 Kepuasan pelayanan adalah rasa puas, merasa senang dan kelegaan atas harapan seseorang yang dimiliki konsumen dengan kenyataan yang di terima konsumen pada saat mendapatkan jasa
- 2 Loyalitas pasien adalah kesetiaan pelanggan pada fasilitas yang diberikan tetapi juga komitmen terhadap pelayanan tersebut dan berniat untuk tetap mengunjungi rumah sakit tersebut di masa mendatang

F. INDIKATOR PENELITIAN

Indikator penelitian adalah bentuk-bentuk yang mengindikasikan ada-tidaknya suatu atribut psikologi. Salah satu karakteristik utama indikator penelitian adalah rumusnya yang sangat operasional dan berada dalam tingkat kejelasan yang dapat diukur (*measureable*) dan karenanya dapat dikuantifikasikan. Sebagai suatu analogi, fungsi indikator dalam mendiagnosis atribut psikologi dapat disamakan dengan fungsi symptom atau gejala-gejala yang digunakan dokter untuk mendiagnosis penyakit. Dalam dunia psikodiagnostika tidak dapat dilakukan pengukuran

⁵⁰ James A. Black & Dean J Champion, *Metode dan Masalah Penelitian Sosial*, terjemahan oleh Koeswara, dkk, Jakarta: PT Refika, 1992, cet.2. hal. 161

langsung akan tetapi dapat disimpulkan dari bentuk-bentuk yang mengindikasikan kearah yang dituju, yang disebut sebagai indikator.⁵¹

1. Kepuasan terhadap pelayanan

Supranto mengemukakan bahwa komponen kepuasan pelanggan dapat di tinjau dari pelayanan yang di berikan. Adapun komponen-komponen tersebut adalah

a) *Tangibles*

Adalah kualitas pelayanan berupa sarana fisik kantor, komputerisasi, administrasi, ruang tunggu, tempat informasi dan sebagainya.

b) *Reability*

Adalah kemampuan dan keandalan dalam menyediakan pelayanan yang terpercaya.

c) *Responsiveness*

Adalah kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara tepat dan serta tanggap terhadap keinginan konsumen.

d) *Assurance*

Adalah kemandirian dan keramahan dan sopan santun dalam meyakinkan kepercayaan konsumen.

e) *Empathy*

Adalah sikap tegas tetapi ramah dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

2. Loyalitas

Menurut Aaker, pembentukan dan pengukuran loyalitas merek dapat di ukur melalui beberapa faktor yaitu:

a) *Satisfaction*

Dapat menciptakan loyalitas suatu merek bila pelanggan mendapatkan kepuasan dari merek tersebut.

b) *Habitual response*

Dapat menciptakan loyalitas merek karena apabila pembelian yang di lakukan sudah merupakan kebiasaan maka pembelian tersebut tidak lagi melalui proses pengambilan keputusan dengan membandingkan terlebih dahulu

c) *Switching cost*

Adalah perbedaan atau resiko kegagalan, biaya energi dan fisik yang di keluarkan pelanggan karena suatu merek.

d) *Liking the brand*

Adalah tingkat kesukaan pelanggan akan suatu merek dapat membentuk loyalitas terhadap merek tersebut

e) *Commitment*

Adalah salah satu pembentuk loyalitas merek yang timbul karena adanya kepercayaan diri pelanggan tersebut terhadap merek suatu produk.

G. INSTRUMEN PENELITIAN

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan skala psikologi yang berupa angket (*questionnaire*). Meskipun dalam kehidupan sehari-hari biasa disebut skala namun lebih banyak dipakai untuk menamakan alat ukur aspek afektif

Dengan pengertian tersebut, maka dapat diuraikan beberapa karakteristik skala sebagai alat ukur psikologi, yaitu:

Stimulusnya berupa pertanyaan atau pernyataan yang tidak langsung mengungkap atribut yang hendak diukur melainkan mengungkap indikator perilaku dari atribut yang bersangkutan

- 1 Indikator-indikator perilaku di terjemahkan dalam bentuk aitem-aitem, maka skala psikologi berisi banyak aitem. Jawaban subyek terhadap suatu aitem baru merupakan sebagian dari banyak indikasi mengenai atribut yang diukur, sedangkan kesimpulan akhir sebagai suatu diagnosis baru dapat di capai bila semua aitem telah di respon.
- 2 Respon subyek tidak diklasifikasikan sebagai jawaban "benar" atau "salah". Semua jawaban dapat di terima sepanjang di berikan secara jujur dan sungguh-sungguh, hanya saja jawaban yang berbeda akan di interpretasikan berbeda pula.⁵²

⁵² Saifuddin Azwar, *Penyusunan Skala Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 1999, Hal 3-4

Selain itu menurut Sutrisno Hadi metode pengumpulan data dengan skala dan atau metode quosioner sebenarnya mempunyai beberapa kelemahan yaitu:

1. Unsur yang tidak disadari tidak dapat diungkap.
2. Besar kemungkinan jawaban subjek dipengaruhi oleh keinginan-keinginan pribadi
3. Ada hal – hal yang dirasa tidak perlu dinyatakan, misalnya hal – hal yang memalukan atau tidak penting untuk dikemukakan.
4. Kecenderungan untuk mengkonstruksikan secara logis.
5. Ada kemungkinan bahasa yang tertulis kurang dapat dimengerti oleh subjek.⁵³

Sedangkan untuk mengatasi hal-hal diatas antara lain dengan menggunakan skala Likert yaitu responden hanya menjawab pertanyaan atau pernyataan penelitian dengan memberikan tanda (V), pada alternatif jawaban yang telah di sediakan.⁵⁴ Yaitu sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan tersebut terdiri atas dua macam, yaitu pernyataan yang *favorable* (mendukung atau memihak pernyataan pada obyek) atau *unfavorable* (tidak mendukung atau memihak pernyataan pada obyek).⁵⁵

Suatu sakala biasanya terdiri atas 25 sampai 30 pernyataan, yang sebagian berupa pernyataan favorable dan sebagian lagi unfavorable yang

⁵³ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research 2*, Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada, 1980, hal.158

⁵⁴ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi & bisnis*, _____, hal: 151-152

⁵⁵ Saifuddin Azwar, *Ibid*, hal 97-99

terpilih berdasarkan kualitas isi dan analisis statistik terhadap kemampuan pernyataan dalam mengungkapkan sikap kelompok. Subyek memberi respon dengan lima kategori persetujuan yaitu:

Sangat setuju (STS)

Setuju (S)

Ragu-ragu (R)

Tidak setuju (TS)

Sangat tidak setuju (STS)

Adapun pemberian nilai pada pernyataan favorable dan unfavorable dan alternatif jawabannya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Pemberian skor

Jawaban	Nilai Favorable	Nilai Unfavorable
SS: Sangat Setuju	5	1
S: Setuju	4	2
R: Ragu-ragu	3	3
TS: Tidak Setuju	2	4
STS: Sangat Tidak Setuju	1	5

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua buah skala ukur yaitu skala kepuasan terhadap pelayanan dan skala loyalitas pasien

a. Skala kepuasan terhadap pelayanan

Supranto mengemukakan bahwa komponen kepuasan pelanggan dapat di tinjau dari pelayanan yang di berikan. Dalam skala tersebut di disediakan lima pilihan jawaban yang masing – masing memiliki nilai tersendiri dengan arah pernyataannya apakah *favorable* ataukah *unfavorable*. Pernyataan *favorable* dan *unfavorable* dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3.2

Tabel Blue Print Kepuasan Terhadap Pelayanan

Indikator	Jenis Aitem		Jumlah	%
	F	UF		
Reliability: indikasinya adalah prosedur penerimaan pasien; pelayanan pemeriksaan, pengobatan dan perawatan; prosedur pelayanan	14, 25, 28	19, 11, 16	6	20
Responsiveness: indikasinya adalah kemampuan dokter dan perawat untuk menyelesaikan keluhan pasien, pemberian informasi, dan tindakan yang di lakukan	4, 12, 20	7, 8, 24	6	20
Assurance: indikasinya adalah pengetahuan dan kemampuan dokter, kerampilan para dokter, perawat dan petugas, pelayanan yang sopan	2, 9, 23	3, 18, 27	6	20
Assurance: indikasinya adalah pengetahuan dan kemampuan dokter, kerampilan para dokter, perawat dan petugas, pelayanan yang sopan	1, 10, 17	6, 15, 22	6	20

Tangibles: indikasinya adalah kebersihan, kelengkapan, dan kerapian interior dan penampilan karyawan	13, 21, 26, 29	5, 30	6	20
Jumlah	16	14	30	100

b. Skala loyalitas pasien

Untuk mengukur loyalitas pelanggan, peneliti menggunakan aspek yang dikemukakan oleh Aaker dalam skripsi _____, _____ . Diharapkan dalam skala itu dapat mengungkap loyalitas pasien. Dalam skala ini juga terdiri pernyataan favorabele dan unfavorable.

Tabel 3.3
Tabel Blue Print Loyaliyas Pasien

Indikator	Jenis Aitem		Jumlah	%
	F	UF		
Satisfaction	7, 11, 28	2, 16, 23	6	20
Habitual response	1, 17, 29	12, 14, 24	6	20
Switching cost	3, 8, 18	4, 20, 26	6	20
Liking the brand	9, 22, 25	5, 13, 21	6	20
Commitment	6, 19, 30	10, 15, 27	6	20
Jumlah	15	15	30	100

H. TEKNIK ANALISIS DATA

Menganalisis data merupakan suatu langkah yang sangat kritis dalam penelitian. Penelitian harus memastikan pola analisis mana yang akan di gunakannya, apakah analisis statistik ataukah analisis non-statistik. Pemilihan ini tergantung pada jenis data yang di kumpulkan analisis statistik sesuai dengan data kualitatif atau data yang di kuantitatifkan, yaitu data dalam bentuk angka (bilangan), sedang analisis non-statistik sesuai dengan data deskriptif atau data *textular*. Data deskriptif sering hanya dianalisis menurut isinya, dan karena itu analisis macam ini juga di sebut analisis isi (*content analysis*).⁵⁶

Mengenai analisis statistik itu lebih lanjut perlu di kemukakan, bahwa masing-masing model atau metode mendasarkan diri pada asumsi tertentu. Agar metode itu berlaku maka perlulah asumsi-asumsi yang mendasarinya terpenuhi.

Hasil analisis statistik akan berwujud angka-angka. Berdasarkan atas angka-angka itulah perlu dibuat keputusan mengenai hasil analisis itu. Aturan keputusan yang digunakan konvensional, yaitu menyatakan hasil uji hipotesis itu signifikan atau tidak signifikan dengan taraf signifikansi 1 persen (1%) atau 5 persen (5%), dapat pula tidak konvensional, yaitu menggunakan batas taraf signifikansi yang

⁵⁶ Sumadisurya Brata, *Metodologi Penelitian 2*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998, Hal 85-86

mengembang, tidak terikat kepada konvensi 1 persen (1%) atau 5 persen (5%).⁵⁷ Dalam penelitian menggunakan taraf signifikansi 5 persen.

Dari uji statistik yang telah dilakukan akan diperoleh hasil uji dalam dua kemungkinan, yaitu:

1. Hubungan antara variabel-variabel penelitian atau perbedaan antara sample-sampel yang diteliti sangat signifikan.
2. Hubungan antara variabel-variabel penelitian atau perbedaan antara sample-sampel yang diteliti tidak signifikan.⁵⁸

Dalam kemungkinan hasil yang pertama, besar kemungkinannya bahwa hipotesis alternatifnya diterima, dan hipotesis nolnya ditolak. Menerima hipotesis alternative berarti menyatakan bahwa dengan adanya saling hubungan atau adanya perbedaan diterima sebagai hal yang besar, karena telah terbukti demikian. Sebaliknya, dalam kemungkinan hasil yang ke dua dinyatakan hipotesis alternative tidak terbukti kebenarannya, karena itu hipotesis nolnya yang diterima.

Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis *Korelasi Product Moment*. Menurut Sutrisno hadi korelasi product moment melukiskan antara dua gejala interval. Sedangkan gejala interval adalah gejala yang menggunakan skala pengukuran yang berjarak sama.⁵⁹ Korelasi product moment digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (*independent*) Y dengan Variable terikat (*dependent*) X. Analisis

⁵⁷ ibid, hal.86

⁵⁸ Ibid,

⁵⁹ Sutrisno hadi. Prof. Drs. MA, *Metodologi Research*, Yogyakarta: Andi Offset, Hal: 273

data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS 12.00 for windows.

Adapun Rumus Korelasi Product Moment adalah

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = Korelasi antara variable x dan y
- x = Angka pada variable pertama
- y = Angka pada variable kedua
- n = Banyaknya subyek

Hasil yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan nilai kritis pada table dengan taraf signifikansi ($\text{galat/p} = 0,05$ (5%). Bila hasil yang diperoleh ternyata lebih besar dari nilai kritis pada table, maka hipotesis diterima, artinya ada hubungan atau pengaruh positif yang signifikan antara kepuasan terhadap pelayanan dengan loyalitas pasien.

I. Validitas dan Reliabilitas

a. Uji validitas

Salah satu kegiatan utama dalam kegiatan penelitian adalah masalah cara memperoleh data informasi yang akurat atau valid. Menurut Supardi, validitas merupakan tingkat dimana suatu alat pengukur mengukur apa yang seharusnya diukur. Data penelitian tidak akan berguna apabila

distribusi atau data tidak harus normal. Adapun rumus untuk menguji signifikansi korelasi adalah:

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

Untuk mempermudah perhitungan, kesemua analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan SPSS 12.00 *for windows*.

B. Penyajian Data

1. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian

a. Studi Pustaka

Pada tahap ini peneliti mulai mencari literatur-literatur yang relevan dengan variabel-variabel yang hendak diteliti, baik dari buku, jurnal, artikel, maupun skripsi yang sesuai dengan variabel yang hendak diteliti. Hal ini dilakukan untuk menentukan teori yang digunakan dalam penelitian ini sehingga variabel yang digunakan dapat dijelaskan secara mendalam baik itu factor maupun sesuatu yang berhubungan dengan variabel yang hendak diteliti.

Penulis juga melakukan konsultasi dan diskusi dengan dosen pembimbing dalam menentukan alur berpikir dan dalam menentukan pelaksanaan penelitian.

b. Persiapan alat ukur

Persiapan alat ukur disini adalah penyusunan alat ukur yang akan digunakan dalam pengambilan data penelitian. Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah kuosioner. Kuosioner yang digunakan terdapat dua bentuk yaitu kuosioner kepuasan terhadap pelayanan dan loyalitas pasien.

Kepuasan terhadap pelayanan diungkap melalui skala kepuasan yang aspeknya diadopsi dari teori yang dikemukakan oleh Supranto tentang pelayanan kemudian dari teori tersebut di kembangkan sendiri oleh penulis. Kepuasan subyek tinggi atau rendah dapat di ketahui melalui skor

2.	Reability	4, 12, 20	7, 8, 24	6
3.	Responsiviesness	2,9, 23	3, 27	5
4.	Assurance	1, 10, 17	15, 22	5
5.	Emphaty	13, 21, 26, 29	30	5
	Total	16	11	27

Pada skala loyalitas dari 30 aitem yang ada diperoleh 2 aitem yang gugur, yaitu aitem: 7 dan 11 dan diperoleh dari 28 aitem yang valid yaitu: 1,2, 3, 4, 5, 6, 8, 9,10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, dan 30. adapun hasil jumlah dari aitem yang valid di sajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.5

Hasil item loyalitas yang valid

No.	Item	Coreected item total correlation	r table	Keterangan
1	ITEM 1	0,570	0,279	Valid
2	ITEM 2	0,400	0,279	Valid
3	ITEM 3	0,498	0,279	Valid
4	ITEM 4	0,586	0,279	Valid
5	ITEM 5	0,419	0,279	Valid
6	ITEM 6	0,356	0,279	Valid
7	ITEM 8	0,413	0,279	Valid
8	ITEM 9	0,443	0,279	Valid
9	ITEM 10	0,472	0,279	Valid

10	ITEM 12	0,424	0,279	Valid
11	ITEM 13	0,418	0,279	Valid
12	ITEM 14	0,529	0,279	Valid
13	ITEM 15	0,389	0,279	Valid
14	ITEM 16	0,312	0,279	Valid
15	ITEM 17	0,401	0,279	Valid
16	ITEM 18	0,368	0,279	Valid
17	ITEM 19	0,385	0,279	Valid
18	ITEM 20	0,485	0,279	Valid
19	ITEM 21	0,442	0,279	Valid
20	ITEM 22	0,663	0,279	Valid
21	ITEM 23	0,377	0,279	Valid
22	ITEM 24	0,423	0,279	Valid
23	ITEM 25	0,561	0,279	Valid
24	ITEM 26	0,532	0,279	Valid
25	ITEM 27	0,389	0,279	Valid
26	ITEM 28	0,416	0,279	Valid
27	ITEM 29	0,384	0,279	Valid
28	ITEM 30	0,741	0,279	Valid

Tabel 4.6

Blue print loyalitas setelah Uji Validitas

No	Komponen/Aspek	Favorable	Unfavorable	Jml
1	Satisfaction	28	2, 16, 23	4
2.	Habitual response	1, 17, 29	12, 14, 24	6
3.	Switching cost	3, 8, 18	4, 20, 26	6

4.	Liking the brand	9, 22, 25	5, 13, 21	6
5.	Commitment	6, 9, 30	10, 15, 27	6
	Total	13	15	28

Semakin tinggi skor kepuasan terhadap pelayanan, maka menunjukkan semakin tinggi pula tingkat loyalitas pasien, dan semakin rendah skor kepuasan terhadap pasien, maka menunjukkan semakin rendah pula tingkat loyalitas pasien.

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Butir

No.	Variabel	Jumlah	
		Valid	Gugur
1	Kepuasan terhadap pelayanan	27	3
2	Loyalitas	28	2

D. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang realibel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila

datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kalipun diambil tetap akan sama. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu. Reliabel artinya, dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. r alpha program SPSS 12.00 ditunjukkan oleh besarnya nilai alpha (α). Pengambilan keputusan reliability suatu variabel ditentukan dengan asumsi apabila nilai r alpha $>$ nilai r tabel, maka butir atau variabel yang diteliti adalah reliabel.

Hasil yang diperoleh dari pengolahan Uji Reliabilitas dari perhitungan SPSS 12.00 menyatakan bahwa skala kepuasan terhadap pelayanan menunjukkan r alpha $>$ r tabel yaitu $0,920 > 0,279$. Artinya item ini sangat reliable apabila dijadikan suatu instrumen pengumpulan data. Pada skala loyalitas juga reliabel yaitu $0,914 > 0,279$. Sehingga item ini juga sangat reliable apabila dijadikan suatu instrument pengumpulan data.

Kesimpulannya bahwa alat ukur kepuasan terhadap pelayanan dapat digunakan untuk mengukur skala loyalitas. Demikian pula alat ukur loyalitas pasien sakit dapat mengukur skala kepuasan terhadap pelayanan rumah sakit.

Adapun hasil uji reliabilitas alat ukur skala kepuasan terhadap pelayandengan loyalitas pasiendapat disajikan pada tabel sebagai berikut

Tabel 4.8
Hasil Uji reliabilitas

No	Skala	Nilai koefisien alpha	Keterangan
1	Kepuasan terhadap pelayanan	0.920	Reliabel
2	Loyalitas	0.9,14	Reliabel

E. Pengujian Analisis dan Hipotesis

1. Analisis Data

a. Uji analisis data

Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogrov Smirnof dan Shapiro - Wilk. Hasil uji normalitas masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

a. Variabel kepuasan terhadap pelayanan

- 1) Pada uji **Kolmogrov Smirnov** diperoleh harga signifikansi untuk distribusi data kepuasan terhadap pelayanan $0.000 < 0.05$, maka bisa dikatakan distribusi adalah tidak normal.
- 2) Pada uji **Shapiro – Wilk** maka diperoleh harga signifikansi untuk distribusi data loyalitas $0.000 < 0.05$, maka bisa dikatakan distribusi adalah tidak normal.

b. Variabel Loyalitas

- 1) Pada uji **Kolmogrov Smirnov** diperoleh harga signifikansi untuk distribusi data kepuasan terhadap pelayanan $0.000 < 0.05$, maka bisa dikatakan distribusi adalah tidak normal.

- 2) Pada uji **Shapiro – Wilk** maka diperoleh harga signifikansi untuk distribusi data loyalitas pasien $0.000 < 0.05$, maka bisa dikatakan distribusi adalah tidak normal

Hasil uji normalitas kedua variabel tersebut dapat disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas

Skala	Kolmogrov-Smirnov		Keterangan	Shapiro-Wilk		Keterangan
	df	Sig		df	Sig.	
Kepuasan terhadap pelayanan	50	0.000	Tidak Normal	50	0.000	Tidak Normal
Loyalitas	50	0.000	Tidak Normal	50	0.000	Tidak Normal

b. Uji linieritas

Uji linieritas dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji korelasi Kendal Tau. Karena uji korelasi Kendal Tau gunanya untuk uji korelasi yang datanya bebas distribusi atau data tidak harus normal. Uji Korelasi Kendal tau dilakukan dengan bantuan program SPSS 12.00 *for windows*.

Berdasarkan hasil analisa data dengan menggunakan uji korelasi Kendal Tau diperoleh harga korelasi sebesar 0,589 dengan signifikansi 0,000. Karena signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak, berarti H_a diterima.

pasien pengguna jasa Askes pada instalasi rawat jalan di RSUD Haji Surabaya. Artinya semakin tinggi tingkat kepuasan terhadap pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pasien. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah tingkat kepuasan terhadap pelayanan maka semakin rendah pula tingkat loyalitas pasien

2. Uji Hipotesis

Hipotesis yang di ajukan pada penelitian ini adalah terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan terhadap pelayanan rumah sakit dengan loyalitas pasien pengguna jasa Askes pada Instalasi rawat jalan Di RSUD Haji Surabaya

Dari penelitian ini hasil korelasi yang diperoleh dengan menggunakan program SPSS 12.00 yaitu 0,589 dengan signifikansi sebesar 0,000. Jadi dapat di simpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan terhadap pelayanan rumah sakit dengan loyalitas pasien pengguna jasa Askes. Dengan itu hipotesis yang di ajukan "di terima".

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis korelasi dengan menggunakan SPSS 12.00 secara umum di ketahui bahwa kepuasan terhadap pelayanan rumah sakit mempunyai hubungan yang signifikan dengan loyalitas pasien. Dimana di peroleh hasil besarnya koefisien korelasi $r = 0,589$ dan signifikansi sebesar 0.000 yang artinya ada hubungan yang sangat

signifikan antara kepuasan terhadap pelayanan dan loyalitas pasien. Dimana semakin tinggi tingkat kepuasan terhadap pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pasien. Hal itu menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini “di terima”. Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan terhadap pelayanan rumah sakit berhubungan dengan loyalitas pasien.

Memahami kebutuhan dan keinginan pasien adalah hal penting yang mempengaruhi kepuasan pasien. Pasien yang puas merupakan asset yang sangat berharga karena apabila pasien puas mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya, tetapi jika pasien merasa tidak puas mereka akan memberitahu dua kali lebih hebat kepada orang lain tentang pengalamannya. Upaya untuk perbaikan atau kesempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi oleh perusahaan untuk dapat merebut pelanggan. Junaidi mengemukakan bahwa kepuasan konsumen atas produk atau jasa dengan kinerja yang dirasakan konsumen atas produk tersebut. Jika harapan lebih tinggi dengan harapan maka konsumen dalam hal ini pasien akan mengalami kepuasan⁶⁷

Tjiptono mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan harus disertai dengan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang benar-benar loyal bukan saja sangat potensial menjadi *world of mouth advertisers*, namun juga

⁶⁷ Klinis, *Kepuasan Pasien terhadap Pelayanan Rumah Sakit*, Artikel, Diakses 20/04/09 pukul 19.12

kemungkinan besar loyal pada peoduk atu jasa perusahaan dalam waktu yang lama.⁶⁸

Seseorang yang tinggi tingkat kepuasannya berarti mendapatkan pelayanan yang baik pula. Orang mempunyai rasa kepuasan yang tinggi cenderung akan berulang kunjungannya pada rumah sakit atau penyelia jasa lainnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa seseorang yang memiliki tingkat kepuasan yang tinggi akan dapat menimbulkan loyalitas yang tinggi pula kepada rumah sakit tersebut.

Dari cerita beberapa responden di Instalasi rawat jalan RSUD Haji Surabaya mereka mengatakan kepada peneliti bahwa dalam mendapatkan pelayanan yang di berikan sudah memuaskan bagi mereka pada akhirnya mereka akan tetap berkunjung kerumah sakit tersebut. Demikian pula dengan fasilitas yang di berikan kepada para pasien mereka sangat puas karena dapt menghilangkan jenuh saat mereka menunggu antrian periksa dokter.

⁶⁸ Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen & Pemasaran Kontenporer*, Yogyakarta: Andi, 2001, hal 107

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara kepuasan terhadap pelayanan rumah sakit dengan loyalitas pasien pengguna jasa Askes pada Instalasi rawat jalan di RSUD Haji Surabaya. Secara umum di dapatkan, semakin tinggi tingkat kepuasan terhadap pelayanan maka semakin besar pula tingkat loyalitas pasien. Demikian pula dengan sebaliknya, apabila tingkat kepuasan terhadap pelayanan rendah maka loyalitas pasien juga sangat rendah.

B. Saran

Berkaitan dengan hasil penelitian ini, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pengelola rumah sakit

Melalui penelitian ini di harapkan para pengelola rumah sakit haji Surabaya lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang di berikan kepada konsumen atau pasien. Karena pasienlah aset yang paling berharga demi citra baik rumah sakit. Apabila pasien merasa kurang puas maka citra yang tertanam pada masyarakatpun akan buruk.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar Saifuddin, . 1999. *Penyusunan Skala Psikologis*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Azwar Saifuddin. 1997. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Black James, A & Dean J, C, 1992. *Metode dan Masalah Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Refika
- Cokroaminoto. 2007. *The Customers Satisfaction: Sebuah Tinjauan Peningkatan Kepuasan Pelanggan di Rumah Sakit*. <http://cokroaminoto.blogetery.com>
- Fadjrianthi & Zatul. 2005. *Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen*. Jurnal Insan, Vol 7, no 3
- Fatimah Laily. 2007. *Peran Keterlibatan Konsumen, Citra Merek dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Merek*. Jurnal Psikologi Proyeksi. Vol 2, no1
- Haryoko Nugroho, W. 2007. *Loyalitas Pasien Terhadap Rumah Sakit*. Artikel. <http://reseach.kesehatan.blogspot.com>
- Hadi Sutrisno. 1980. *Metodologi Reseach*. Yogyakarta: Andi Offset
- Hadi Sutrisno. 1980. *Metodologi Reseach 2*. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM
- Irianto. 2007. *Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan Puskesmas Sanan Wtan Kota Blitar*. Jurnal Cakrawala, Vol 1, No 2
- Indarjati, Arie. *Pelayanan Berbasis Kebutuhan Konsumen*. Jurnal PSIKODIMENSIA, Kajian Ilmih Psikologi, Vol 1, No3

- Introvert. 2008. *Asuransi Kesehatan*. Artikel. <http://forumdetik.com>
- J. Supranto. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Klinis. 2007. *Kepuasan Terhadap Pelayanan Rumah Sakit*. Artikel. <http://klinis.wordpress.com>
- Muslich, M. . *Metode Kuantitatif*. Jakarta: Lembaga Penerbit, FE Ui
- Nurchahya, I Nyoman. 2007. *Analisis Kualitas pelayanan rumah Sakit di Propinsi Bali*. Jurnal. http://ejurnal.unud.ac.id/abstrak/3_naskahnurchahya.
- Rachma, Laily. 2007. *Peran Keterlibatan Konsumen, Citra Merek, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Merek*. Jurnal psikologi Proyeksi
- Suhartoyo, Babun. 2005. *Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Al-'adalah, Vol 8, No 2.
- Subekti, Agus, D, E, M. 2004. *Mengukur Tingkat Kepuasan: Perspektif Psikologi Konsumen*. Jurnal Insan, Vol 8, No1.
- Supardi. _____. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. _____
- Suryabarata, Sumadi. 2005. *Pengembangan Alat Ukur Psikologis*. Yogyakarta; Andi Offset.
- Suryabarata, Sumadi. 1999. *Metodologi Penelitian Psikologis*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Tjitoono, Fandy. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publising.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi Offset

Wikipedia.

Asuransi

Kesehatan.

Artikel.

[http://id.wikipedia.org/wiki/asuransi_kesehatan.](http://id.wikipedia.org/wiki/asuransi_kesehatan)

_____. 2004. <http://digilib.petra.ac.id>