

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN FASILITAS  
TERHADAP KEPUASAN PASIEN PADA KLINIK DOKTER GIGI  
EKA ADHAYANI AKSARA  
MEDAN**

**SKRIPSI**

**IKA SELVIA UMAYYA NST  
NIM 28.13.4.050**



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

**2017**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN FASILITAS  
TERHADAP KEPUASAN PASIEN PADA KLINIK DOKTER GIGI**

**EKA ADHAYANI AKSARA**

**MEDAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana (S1) Pada Jurusan Ekonomi Islam**

**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN**

**Sumtera Utara**

**Oleh :**

**IKA SELVIA UMACYA NST**

**NIM : 28.13.4.050**



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMETERA UTARA**

**2017**

## Surat Pernyataan

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ika Selvia Umayya Nst  
Nim : 28134050  
Tempat/Tgl Lahir : Tanjung Rejo Medan, 27 Juni 1995  
Pekerjaan : Mahasisiwi  
Alamat : Jl. Pringgans Dusun VII Percut. Medan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PASIEN PADA KLINIK DOKTER GIGI EKA ADHAYANI MEDAN”** benar karya saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya. Apabila terdapat kesalahan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 22 Juni 2017

METERAI  
TEMPEL  
GEE1DAEF628860523

6000  
ENAM RIBU RUPIAH

Ika Selvia Umayya Nst

**PERSETUJUAN**

**PENGARUHKUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN FASILITAS  
TERHADAP KEPUASAN PASIEN PADA KLINIK DOKTER GIGI EKA  
ADHAYANI AKSARA MEDAN**

Oleh:

Ika Selvia Umayya Nst  
Nim. 28134050

Dapat Disetujui Sebagai Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Program Studi Ekonomi Islam

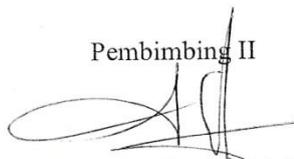
Medan, /2 Juli 2017

Pembimbing I



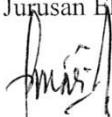
Zuhrinal M. Nawawi, MA  
NIP. 197608182007101001

Pembimbing II



Sri Ramadhani, SS. MM  
NIP.197510152005012004

Mengetahui  
Ketua Jurusan Ekonomi Islam



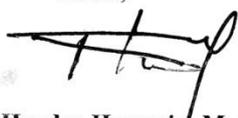
Dr. Marliyah, M.A  
NIP 197601262003122003

## PENGESAHAN

Skripsi, berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PASIEN PADA KLINIK DOKTER GIGI EKA ADHAYANI AKSARA MEDAN”, atas nama Ika Selvia Umayya Nst, NIM 28.13.4.050 Program Studi Ekonomi Islam telah dapat munaqasyah dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada tanggal 23 Agustus 2017. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program studi Ekonomi Islam.

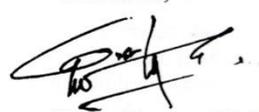
Medan, 23 Agustus 2017  
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Program Studi Ekonomi Islam UIN-SU

Ketua,



Hendra Hermain, M. PD  
NIP. 19730510 199803 1 003

Sekretaris,



Aqwa Naser Daulav, M.SI  
NIP. 1100000091

Anggota,

1.



Zuhrinal M. Nawawi, MA  
NIP. 19760818 200710 1 001

2.



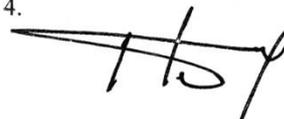
Sri Ramadhani, SS, MM  
NIP. 19751015 200501 2 004

3.



Rahmi Syahriza, S. Th. I. MA  
NIP. 19850103 201101 2 011

4.



Hendra Hermain, M. PD  
NIP. 19730510 199803 1 003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN-SU Medan



Dr. Andri Soemitra, MA

NIP. 19760507 200604 1 002

## IKHTISAR

Ika Selvia Umayya Nst (2017), Nim: 28134050, Judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan”**. Di bawah bimbingan pembimbing Skripsi I Bapak Zuhrinal M. Nawawi, MA dan Pembimbing Skripsi II Ibu Sri Ramadhani, SS, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pasien. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pada variabel bebas yaitu variabel kepuasan pasien dan variabel terikat yaitu kualitas pelayanan, harga dan fasilitas pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan, masing-masing terdiri dari 4 item pernyataan. Semua pernyataan valid, reliabel dan normal. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien, berdasarkan pengujian yang dilakukan, hasil penelitian ini menunjukkan dengan nilai koefisien 0.471 dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), 0,628 variabel harga ( $X_2$ ) dan -0,185 variabel fasilitas ( $X_3$ ). Jika kualitas pelayanan di tingkatkan sebesar satu poin, maka kepuasan pasien akan bertambah sebesar 47,1%, setiap kenaikan tingkat harga sebesar satu poin maka kepuasan pasien akan mengalami penurunan sebesar 62,8% dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien ditunjukkan nilai sebesar -18,5%, tanda negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi/berkualitas fasilitas yang dimiliki oleh Klinik Gigi Eka Adhayani belum tentu memiliki dampak yang positif atau baik bagi pasien itu sendiri untuk kembali berobat. Jadi semakin baik kualitas pelayanan, harga dan fasilitas maka semakin meningkat juga kepuasan pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan. Kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan fasilitas ( $X_3$ ) yang memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan pasien dapat dilihat pada nilai  $R$  *Square* sebesar 0,612, yang menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri kualitas pelayanan, harga dan fasilitas dapat dijelaskan dengan kepuasan pasien sebesar 61,2% mampu menjelaskan variabel dependen yaitu Kepuasan pasien ( $Y$ ) sedangkan sisanya sebesar 38,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan, sedangkan fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Kepuasan Pasien.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan kenikmatan berupa Iman, Islam dan juga kesehatan serta kekuatan kepada penulis, walaupun dengan langkah tertatih-tatih namun dengan penuh keyakinan dan ridho Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sembari dengan senantiasa berdoa semoga kita semua termasuk orang-orang yang berkahi-Nya. Selanjutnya shalawat dan salam disampaikan kepada Rasul Al-Amin Muhammad SAW yang telah membawa risalah Islam berupa ajaran yang hak lagi sempurna bagi manusia dan seluruh penghuni alam ini.

Untuk melengkapi tugas-tugas perkuliahan dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, maka penulis menyusun skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PASIEN PADA KLINIK DOKTER GIGI EKA ADHAYANI MEDAN”** dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mengalami kesulitan maupun hambatan, namun berkat adanya bantuan dari berbagai pihak dan izin dari Allah SWT, maka segala kesulitan dan hambatan tersebut dapat penulis hadapi sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.

Untuk itu melalui kata pengantar ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua ayahanda tercinta Agus Sali Nst dan ibunda tercinta Faridah Hanum Lubis yang selalu menjadi motivasi dan insiparasi serta semangat terbesar penulis untuk terus melangkah dan melupakan lelah demi berjuang di jalan Allah SWT.
2. Bapak Prof. Dr. H. Saidurrahman, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Marliyah, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Prodi Ekonomi Islam.

5. Ibu Hj Dr. Yeni Samri Nasution, MA selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Prodi Ekonomi Islam.
6. Bapak Zuhrinal M. Nawawi, MA selaku pembimbing skripsi I dan Ibu Sri Ramadhani, SS, MM selaku pembimbing skripsi II yang telah banyak memberikan masukan, bimbingan, arahan dan saran-saran yang baik dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas kesabarannya dalam membimbing penulis selama ini, semoga amal kebaikan bapak dan ibu dibalas oleh Allah SWT.
7. Bapak Nur Ahmadi Birahmani, M. SI selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan masukan di proposal skripsi sebelumnya.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan nasehat selama di bangku perkuliahan.
9. Ibu Eka Adhayani dan para Perawat Klinik.
10. Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
11. Untuk kelima saudara saya Rahma Yuli Nst, Ali Saufi Nst, M. Iqbal Nst, Rahma Mita Nst, Nur Hidayah Nst beserta keluarga yang telah mendo'akan serta memberi bantuan moril atau material demi kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi.
12. Sahabat terbaik saya yang selalu memberikan do'a, motivasi dan semangat Lina Sari S, Sheila Aulia Eka Larasati, Fitri Rahmadani, Maulani Mubarakati dan Fadly Perdana hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
13. Teman-teman EMS-B Sakinah, Keke, Fazry Banurea, Anisatur Raihan, Purnama, Sholeh, Diana, Risca, Maysaroh, Siti Zubaidah, Desi Arianti, Ayu, Rafika yang telah memberikan semangat, motivasi dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang mendukung serta banyak membantu penulis mengumpulkan data dan informasi untuk penyusunan skripsi ini.

Akhirnya penulis panjatkan do'a agar seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, semoga atas bantuan dan amal baiknya mendapat imbalan dan pahala dari Allah Swt. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi penulis sendiri maupun penulis berikutnya, dan juga pembaca di masa yang akan datang. Sekali lagi penulis ucapkan ribuan terima kasih.

**Medan, 2 Juli 2017**

**Penulis**



**Ika Selvia Umayya Nst**  
**28.13.4.050**

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERSETUJUAN</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN</b>	
<b>IKHTISAR</b>	
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DaFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Batasan Masalah .....	8
D. Rumusan Masalah .....	9
E. Tujuan Masalah .....	9
F. Manfaat Masalah .....	9
<b>BAB II    KAJIAN TEORITIS</b>	
A. Tinjauan Pustaka .....	11
1. Kepuasan Pelanggan .....	11
a. Proses Mengetahui Harapan Pelanggan .....	14
b. Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	15
c. Konsep Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Islam .....	17
2. Kualitas Pelayanan .....	18
a. Indikator-indikator Kualitas Pelayanan .....	19
b. Konsep Pelayanan dalam Perspektif Islam .....	22
3. Harga .....	24
a. Peranan Harga .....	25
b. Pendekatan dalam Menetapkan Harga .....	26
c. Metode Penetapan Harga .....	26
d. Tujuan Penetapan Harga .....	27
e. Penetapan Harga Menurut Pandangan Islam .....	28
4. Fasilitas .....	30
a. Hal-hal yang Perlu Disampaikan Dalam Fasilitas Jasa .....	31
b. Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Fasilitas Jasa .....	32
B. Penelitian Terdahulu .....	35
C. Kajian Teoritis .....	37
D. Hipotesis .....	37

**BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan Penelitian .....	39
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	39
C. Populasi dan Sampel .....	39
D. Jenis dan Sumber Data .....	40
E. Teknik dan Instrument Penelitian .....	40
1. Teknik Pengumpulan Data .....	40
2. Instrument Pengumpulan Data .....	41
F. Defenisi Operasional .....	42
1. Variabel Dependent .....	42
2. Variabel Independent .....	43
G. Teknik Analisis Data .....	46

**BAB IV TEMUAN PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	51
B. Temuan Penelitian .....	55
1. Identitas Responden .....	55
2. Deskripsi Variabel Penelitian .....	58
3. Analisis Data .....	63
a. Uji Kualitas Data .....	63
1. Uji Validitas .....	63
2. Uji Reliabilitas .....	64
b. Uji Asumsi Klasik .....	67
1. Uji Normalitas .....	67
2. Uji Multikolinearitas .....	70
3. Uji Heteroskedastisitas.....	71
4. Uji Autokorelasi .....	71
c. Uji Statistik .....	73
1. Uji T (Uji Parsial ) .....	73
2. Uji Stimulun (Uji F) .....	75
3. Uji Determinan ( $R^2$ ) .....	77
d. Uji Regresi Linear Berganda .....	78
C. Pembahasan.....	80

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	82
B. Saran .....	82

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**  
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**Daftar Tabel**

Tabel 1.1.....	2
Tabel 1.2.....	5
Tabel 2.1.....	34
Tabel 3.1.....	36
Tabel 3.2.....	39
Tabel 3.3.....	40
Tabel 3.4.....	40
Tabel 3.5.....	40
Tabel 4.1.....	50
Tabel 4.2.....	51
Tabel 4.3.....	51
Tabel 4.4.....	52
Tabel 4.5.....	53
Tabel 4.6.....	54
Tabel 4.7.....	55
Tabel 4.8.....	56
Tabel 4.9.....	58
Tabel 4.10.....	59
Tabel 4.11.....	60
Tabel 4.12.....	60
Tabel 4.13.....	61
Tabel 4.14.....	61
Tabel 4.15.....	63
Tabel 4.16.....	65
Tabel 4.17.....	67
Tabel 4.18.....	68
Tabel 4.19.....	71
Tabel 4.20.....	72
Tabel 4.21.....	73

**Daftar Gambar**

Gambar 2.1 .....	36
Gambar 4.1 .....	48
Gambar 4.2 .....	62
Gambar 4.3 .....	63
Gambar 4.4 .....	66
Gambar 4.5 .....	67

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak di bidang manufaktur maupun jasa. Perkembangan perekonomian secara menyeluruh yang diiringi dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat dan tajam, baik di pasar domestik maupun di pasar internasional.<sup>1</sup> Untuk dapat memperoleh keunggulan dalam persaingan tersebut maka setiap perusahaan harus mampu memenuhi kepuasan pelanggannya, dengan strategi yang sesuai dengan jasa yang ia tawarkan. Adapun kepuasan pelanggan dapat dipenuhi perusahaan salah satunya melalui pelayanannya. Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memenuhi kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan yang diberikan.

Teknologi terus berkembang secara dramatis. Industri yang mapan atau perusahaan yang sudah tua dan terkenal mulai menurun dan mungkin akan menghilang. Dimana perusahaan-perusahaan lainnya sering menerapkan strategi dan taktik baru untuk merespon kebutuhan, harapan, dan perilaku pelanggan yang terus berubah. Keberhasilan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan tersebut memuaskan konsumennya. Pelayanan konsumen hendaknya diarahkan kepada pelayanan yang berkesinambungan, karena kepuasan konsumen secara individual sangat sulit dicapai akibat keanekaragaman keinginan konsumen, dan meningkatnya pendidikan konsumen itu sendiri, untuk itu perlu diadakan pendekatan solusi optimal.

Semakin tingginya tingkat pendidikan masyarakat menyebabkan masyarakat semakin sadar akan pentingnya kualitas. Masyarakat cenderung menuntut pelayanan kesehatan yang lebih baik dan cepat. Hal ini menimbulkan

---

<sup>1</sup> Adler Haymans Manurung, *Panduan Lengkap: Reksa Dana Investasiku*, (Jakarta: Kompas, 2007), h. 134.

persaingan yang semakin ketat. Klinik-klinik kesehatan di kota-kota maupun di daerah semakin banyak jumlahnya. Banyak penyedia jasa kesehatan yang menyadari hal tersebut, sehingga mau tidak mau mereka harus mewujudkan kepuasan pelanggan dengan berbagai strategi agar dapat mempertahankan pelanggan.

**Tabel 1.1**  
**Praktek Drg Berada di Wilayah Kelurahan Sei Kera Hulu Kecamatan Medan Perjuangan**

No	Nama	Alamat
1	Praktek Drg. Hj. Rohaya Lubis	Jl. Prof H. M. Yamin Gg Manggis Medan, Sumatera Utara
2	Praktek Drg. Farah Chairani	Jl. M. Yaqub No. 173 Medan, Sumatera Utara
3	Praktek Drg. Reny M Simanihuruk	Jl. Prof H. M. Yamin Medan, Sumatera Utara
4	Praktek Drg. Lina Hadi	Jl. Solang Saling No. 52 Pahlawan Medan, Sumater Utara
5	Prakter Drg. Sumiati	Jl. Prof H. M. Yamin No. 159 Medan, Sumatera Utara
6	Praktek Drg. Sri Rambung MJ	Jl. Prof H. M. Yamin No. 224 Medan, Sumatera Utara
7	Aksara Dental Clinic	Jl. Aksara No. 75-B Pahlawan Medan, Sumatera Utara
8	Praktek Drg. Elvira Rosa	Jl. Durung No. 196 Sidorejo Medan, Sumatera Utara
9	Prakter Drg. Leni Hadi	Jl. Madong Lubis No. 18 DD, Padau Hilir Medan, Sumatera Utara
10	Praktek Drg. Benny P	Jl. Gunung tua No.1 Medan, Sumatera Utara

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat banyak pesaing usaha baru yang bermunculan di satu wilayah dengan Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani yaitu Kelurahan Sei Kera Hilir Kecamatan Medan Perjuangan, yang berdampak penurunan pengunjung pada Klinik Gigi tersebut. Pada tahun 2009 silam, Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani adalah satu-satunya Klinik yang beroperasi di Jl. H. M Yamin Aksara Medan. Namun, dalam kurun waktu sekitar 3 tahun ini sudah banyak Klinik-klinik Gigi yang beroperasi di wilayah tersebut. Hal ini juga menunjukkan bahwa usaha atau bisnis kesehatan termasuk kesehatan gigi termasuk salah satu bisnis tak pernah mati. Maklum saja, semua manusia pernah jatuh sakit, oleh karena itu maka, usaha yang berhubungan dengan kesehatan akan selalu dibutuhkan.

Kesadaran masyarakat yang semakin tinggi terhadap pentingnya kesehatan merupakan salah satu alasan bahwa kebutuhan akan prasarana kesehatan juga semakin meningkat. Selain itu masyarakat juga akan semakin pandai dalam memilih jasa penyedia pelayanan kesehatan yang terbaik sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan butuhkan.

Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi, dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan, harus mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan konsumen pada saat ini dan yang akan datang. Kualitas adalah jaminan terbaik atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat perusahaan dalam menghadapi persaingan, dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan.<sup>2</sup>

Memang tidak mudah menjadi yang terbaik, selain harus menyediakan kualitas pelayanan terbaik juga ada faktor pola perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak, apalagi di Indonesia yang terdiri dari berbagai macam budaya, sehingga memiliki ragam pola perilaku yang berbeda pula. Bahwa salah satu

---

<sup>2</sup> Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I*, Edisi ke 13, (Jakarta: Erlangga), 2009, h. 189.

faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan.<sup>3</sup>

Klinik gigi perlu memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan pasien, dengan pelayanan yang sesuai maka harapan pasien terhadap pelayanan suatu jasa dapat terpenuhi atau bahkan melebihi harapannya, sehingga menimbulkan kepuasan dalam diri pasien. Klinik harus mengetahui bagaimana cara melayani pasien yang efektif dan cepat. Penurunan pengunjung selain akibat persaingan diakibatkan juga karena oleh akses pelayanan yang kurang efektif dan efisien yang terdengar dari keluhan beberapa pasien terhadap perawat gigi yaitu kurangnya ketepatan waktu (lama) saat menangani masalah gigi pasien.

Tingkat pemanfaatan pelayanan kesehatan di Klinik oleh pasien menunjukkan seberapa baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas pelayanan kesehatan sekaligus menunjukkan tingkat kepercayaan pasien terhadap pelayanan yang diberikan. Secara umum, pengukuran tingkat pemanfaatan pelayanan kesehatan ditunjukkan dengan jumlah kunjungan seseorang terhadap pelayanan jasa kesehatan tersebut.

**Tabel 1.2**  
**Data Kunjungan Pasien Pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Bulan**  
**Januari s/d Desember 2015 & 2016**

No	Bulan	2015	2016
1	Januari	570	327
2	Februari	530	320
3	Maret	498	215
4	April	496	222
5	Mei	493	219
6	Juni	401	201
7	Juli	477	167

---

<sup>3</sup> Rambat Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat), 2001, h. 78.

8	Agustus	474	221
9	September	468	182
10	Oktober	465	178
11	November	457	169
12	Desember	440	156
Total		5.769	2.577

*Sumber : Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani*

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan pasien pelayanan kesehatan pada bulan Januari s/d Desember 2016 mengalami penurunan. Fenomena ini perlu ditinjau oleh pelayanan kesehatan karena dengan jumlah pasien yang mengalami penurunan akan memberikan pengaruh kurang maksimal bagi perusahaan jasa tersebut. Oleh karena itu untuk mengatasi fenomena tersebut maka pihak pelayanan kesehatan memperhatikan kinerja, keistimewaan tambahan dan lainnya yang dipersepsikan antara lain dengan memberikan pelayanan yang optimal, agar pasien akan menikmati pelayanan jasa dan akan kembali melakukan atau memakai kembali jasa yang telah diberikan.

Selain meningkatkan kualitas pelayanan jasa kepada pasien. Klinik perlu memikirkan tentang harga. Harga yang ditetapkan haruslah tepat atau sesuai di mata pasien, karena harga yang tidak sesuai atau terlalu mahal justru membuat pasien pindah ke pelayanan kesehatan gigi lainnya. Apabila harga terlalu mahal maka banyak banyak pasien yang mengeluh. Harga yang mahal juga akan membuat pasien meningkatkan harapan terhadap kualitas pelayanan yang akan mereka terima semakin baik. Jika harapan tersebut tidak dapat dipenuhi oleh Klinik Gigi maka pasien akan kecewa lalu menimbulkan keluhan.

Dari informasi beberapa perawat terdapat keluhan-keluhan dari beberapa pasien yang mengatakan bahwa harga pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani terlalu mahal daripada Klinik lainnya seperti pembersihan flak gigi (scalling), cabut gigi dan pemasangan diamond (aksesoris gigi).

Harga yang ditetapkan Klinik apabila menangani masalah-masalah gigi pasien baik Dokter ataupun Perawat yaitu dengan harga yang sama, keahlian dokter dengan perawat jelas berbeda. Hal ini sangat bertolak belakang dalam ajaran Islam karena akan mendzalimi pasien, sesuai dengan Hadist Rasulullah SAW bersabda:

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَائِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي  
بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Artinya: “Sesungguhnya Allahlah zat yang menetapkan harga, yang menahan, yang mengulurkan, dan yang Maha Pemberi rezeki. Sungguh, aku berharap dapat menjumpai Allah tanpa ada seorang pun yang menuntutku atas kezaliman yang aku lakukan dalam masalah darah dan tidak juga dalam masalah harta”. (HR Abu Dawud, Ibn Majah dan at-Tirmidzi).

Hadist tersebut menunjukkan bahwa haram bagi penguasa untuk menentukan harga barang-barang karna hal itu adalah sumber kedzaliman.<sup>4</sup> Seharusnya Klinik menetapkan harga sesuai dengan keahlian yang diberikan, tidak menyamaratakan harga.

Hal yang tidak kalah penting agar jasa dapat disampaikan dengan baik oleh Klinik yaitu keberadaan fasilitas penunjang pelayanan kesehatan. Keberadaan fasilitas seperti kotak saran yang akan membantu Klinik dalam memperoleh informasi mengenai hal-hal apa saja yang diinginkan, kebersihan peralatan, kebersihan tenaga medis dan kerapian susunan fasilitas akan dan menjadi kebutuhan pelanggan. Peningkatan sarana dan prasarana Klinik Gigi perlu dilakukan untuk mencegah timbulnya kendala teknis saat pengobatan akan menjadi pemberian pelayanan kesehatan yang nyaman dan berkualitas.

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pasien mengenai

---

<sup>4</sup> M. Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi: Teks Terjemah dan Tafsir*, (Jakarta: Amzah, 2013), h. 110.

kepuasan yang dirasakan. Kepuasan pasien merupakan salah satu unsur yang sangat penting bagi pelanggan dalam mengkonsumsi suatu jasa. Apabila pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali menggunakan jasa yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa kepada masyarakat lainnya.

Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani yang merupakan salah satu penyedia jasa pelayanan kesehatan gigi dan mulut berada di Jl. Prof H. M. Yamin Aksara Kelurahan Sei Kera Hulu Kecamatan Medan Perjuangan. Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani membuka pelayanan kesehatan dari pukul 08.00-12.00 dan 16.00-20.00 Wib. Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani memiliki fasilitas yaitu ruang tunggu pasien/konsultan dilengkapi dengan TV dan majalah, dan ruang pemeriksaan/pengobatan pasien dan air minum juga disediakan di Klinik tersebut, jika pasien haus karna terlalu lama menunggu.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Banyaknya pesaing usaha yang bermunculan
2. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan mengakibatkan masyarakat semakin pandai dalam memilih penyedia pelayanan kesehatan dengan apa yang mereka inginkan dan butuhkan
3. Beberapa pasien merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perawat
4. Adanya persepsi harga yang cukup tinggi menyebabkan tingkat kunjungan pasien juga menurun

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan permasalahan diatas maka untuk memfokuskan pembahasan masalah dibatasi agar terarah, dan tidak menyimpang dari tujuan yang diinginkan. Dengan demikian, dibatasi masalah hanya pada “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan pasien Pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan”.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan?
2. Seberapa besar harga berpengaruh terhadap kepuasan pasien pada Klinik gigi Eka Adhayani Aksara Medan?
3. Seberapa besar fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan?
4. Seberapa besar kualitas pelayanan, harga dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga pada Klinik Dokter Gigi Eka Adahayani Aksara Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan.

## **F. Manfaat Penelitian**

### 1. Bagi Peneliti

Dapat memeberikan tambahan pengetahuan dan memperluas khasanah mengenai ilmu-ilmu pemasaran terapan secara praktis.

### 2. Bagi Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani

Dapat memberikan masukan kepada pihak Klinik guna menentukan langkah yang lebih tepat dalam pengembangan startegi pemasaran.

### 3. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dan manfaat yang berarti bagi mahasiswa lain atau kalangan umum yang melakukan studi penelitian mengenai kualitas pelayanan, harga dan fasilitas. Dan juga diharapkan dengan adanya investigasi ini akan membuahkan karya pemikiran yang menciptakan evaluasi dan koreksi yang bermanfaat untuk semua kalangan.

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORITIS**

#### **A. Tinjauan Pustaka**

##### **1. Kepuasan Pelanggan**

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan yang sesungguhnya dirasakan pelanggan sebenarnya adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas produk tersebut. Di dalam mengevaluasi kualitas suatu produk atau jasa, pelanggan akan menilai berbagai atribut (dimensi kualitas pelayanan dan dimensi kualitas produk).

Engel, et al di dalam buku Nasution mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembelian dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan. Pakar pemasaran Kotler menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.<sup>5</sup>

Ada kesamaan diantara beberapa defenisi diatas yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja/hasil yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi mereka. Sebagai distributor produk perlu mengetahui berapa faktor yang memengaruhi hal tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan tersebut, antara lain<sup>6</sup> adalah sebagai berikut :

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan

---

<sup>5</sup> Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor Selatan : Ghalia Indonesia, 2004), h. 104.

<sup>6</sup> *Ibid*, h. 110.

produsen atau pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar maka harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi demikian pula sebaliknya.

- b. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- c. Pengalaman dari teman-teman dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan, terutama pada produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi.
- d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan.

Menurut Tjiptono, ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan<sup>7</sup>, yaitu :

1. Strategi Relationship Marketing

Merupakan strategi dimana suatu transaksi antara penjual dan pembeli berkelanjutan dan tidak berakhir setelah proses penjualan selesai. Dengan kata lain terjalin suatu kemitraan dengan pelanggan secara terus-menerus.

2. Strategi Superior Customer Service

Merupakan strategi dimana perusahaan berorientasi untuk menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing. Perusahaan yang menggunakan strategi ini, akan memperoleh manfaat yang sangat besar dari pelayanan yang lebih baik. Meskipun pada akhirnya strategi ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia (SDM), dan usaha yang gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan superior.

---

<sup>7</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa, Edisi Pertama*, (Malang Jawa Timur: Bayu Media), 2001, h. 319.

### 3. Strategi Unconditional Service Guarantee

Strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi kebijakan program penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Garansi atau jaminan dalam hal ini mutlak dirancang untuk meringankan risiko atau kerugian pelanggan, dalam hal yang tidak puas dengan suatu produk atau jasa yang telah dibayar oleh pelanggan.

### 4. Strategi Penanganan Keluhan yang Efisien

Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas. Kecepatan dan ketepatan penanganan merupakan hal yang penting bagi terwujudnya kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Karena semakin lama keluhan ditangani, maka pelanggan akan berpikir bahwa perusahaan tidak mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semua pihak yang ada dalam perusahaan berhak dan wajib turut campur dalam penanganan keluhan terutama pihak manajemen puncak.

### 5. Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan

Melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, *sales man ship*. Dan *public relations* kepada pihak manajemen dan karyawan, memasukkan unsur kemampuan untuk memuaskan pelanggan ke dalam sistem penilaian prestasi karyawan, dan memberikan *empowerment* (mengaktualisasikan potensi yang sudah ada yang lebih besar kepada para karyawan dalam melaksanakan tugasnya).

### 6. Menerapkan Quality Function Deployment

Strategi ini untuk merancang proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan, QFD berusaha menerjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan organisasi. Dengan demikian QFD

memungkinkan suatu perusahaan untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut, dan memperbaiki proses hingga mencapai efektivitas maksimum. Hal ini dilaksanakan dengan melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan produk secepat mungkin.

#### **a. Proses Mengetahui Harapan Pelanggan**

Apabila pelanggan telah diidentifikasi dalam segmen pasar yang menjadi target dari perusahaan untuk suatu produk tertentu, maka harapan pelanggan dapat ditentukan,<sup>8</sup> sebagai berikut:

1. Tingkat performansi yang di butuhkan untuk memenuhi harapan pelanggan karakteristik produk yang diinginkan pelanggan pada umumnya seperti karakteristik lebih cepat, lebih murah, dan lebih baik. Dalam hal ini terdapat tiga dimensi yaitu dimensi waktu menggambarkan kecepatan dan kemudahan atau kenyamanan untuk memperoleh produk. Dimensi biaya menggambarkan harga yang muara dari suatu produk.
2. Sesuatu yang lebih baik dari produk (barang dan jasa), hal ini paling sulit untuk berguna dalam memahami harapan pelanggan.
3. Ditentukan melalui pengajuan pertanyaan tentang berapa tingkat performansi yang dibutuhkan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan.
4. Karakteristik produk yang diharapkan pelanggan dapat dipandang sebagai suatu hirarki progresif dari tiga tingkat, yaitu harapan dasar, spesifikasi dan kebutuhan serta kesenangan atau kegembiraan. Ketiga tingkat ekspektasi pelanggan dikenal sebagai harapan harapan implisit. Harapan eksplisit dan harapan tersembunyi.
5. Kepentingan relatif (urutan prioritas) dari setiap karakteristik. Dengan adanya karakteristik kualitas yang diinginkan pelanggan yang saling

---

<sup>8</sup> Ujang Sumarwan, *Riset Pemasaran dan Konsumen*, (Bogor: IPB Press, Tahun 2012), h. 192.

bertentangan, perlu dilakukan peningkatan terhadap karakteristik. Agar dapat menemukan kepentingan relatif dari masing-masing karakteristik yang diinginkan pelanggan tersebut.

6. Kepuasan pelanggan berdasarkan performansi sekarang. Dengan membandingkan produk yang ditawarkan atau diberikan kepada pelanggan dengan adanya performansi tersebut teridentifikasi apakah pelanggan akan puas atau tidak dalam mengkonsumsi produk.
7. Diperoleh berbagai strategi perbaikan kualitas dapat diambil guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

#### **b. Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan,<sup>9</sup> antara lain adalah:

##### 1. Sistem Keluhan dan Sasaran

Organisasi yang berpusat pada pelanggan memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan keluhan dan sasaran. Misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar, dan *customer hot lines*. Dari hasil informasi-informasi akan dapat memberikan ide-ide atau masukan kepada perusahaan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat mengatasi masalah-masalah yang muncul.

##### 2. *Ghost Shopping*

*Ghost Shopping* salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensi terhadap perusahaan dan pesaing. Dengan dasar ini mereka akan mendapat suatu informasi untuk mengerti kekuatan-kekuatan dan kelemahan perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman pembeli produk-produk selain itu *ghost shopper* juga dapat mengamati cara

---

<sup>9</sup> Danang Sunyoto, *Pengukuran Tingkat Pelanggan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 37.

penanganan setiap keluhan, baik perusahaan yang bersangkutan maupun pesaing.

### 3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa itu terjadi. Bukan hanya *Exit Interview* saja yang perlu, akan tetapi pemantauan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

### 4. Survei Kepuasan Pelanggan

Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik survei melalui post, telephone, maupun wawancara pribadi melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan memberikan perhatian khusus terhadap para pelanggannya. Adapun cara untuk mempertahankan pelanggan adalah memperbaiki hubungan dengan mitra kerja, membangun ikatan dan loyalitas dengan pelanggan akhir dan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi seperti menawarkan harga yang lebih murah atau rangsangan lain.

Menurut Tjipto dan Diana ada beberapa manfaat-manfaat yang diterima perusahaan apabila pelanggan ketika tercapainya tingkat kepuasan dari pelanggan. Perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang tinggi yaitu:<sup>10</sup>

1. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggan akan harmonis
2. Akan menjadi dasar yang baik untuk pembelian yang berulang-ulang
3. Dapat mendorong terciptanya kesetiaan pelanggan terhadap produk yang digunakan

---

<sup>10</sup> Tjiptono dan Diana, *Total Quality Managemnet*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011), h. 102.

4. Menjadi bahan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) untuk kinsmen lain
5. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat

### c. Konsep Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam, yang menjadikan tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standard syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.<sup>11</sup>

Didalam Al Qur'an dijelaskan bahwasanya perilaku konsumen dalam memilih suatu barang/produk ataupun makanan yang halal bagi manusia untuk dikonsumsi, seperti dalam QS. Al-Baqarah: 168.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُواتِ  
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ (١٦٨)

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”

Dari penjelasan ayat diatas tidak semua yang ada di dunia ini otomatis halal untuk dimakan atau digunakan, misalnya Allah yang menciptakan ular berbisa bukan untuk dimakan, dengan demikian tidak semua yang diciptakanNya untuk dimakan manusia, walau semua yang diciptakanNya untuk kepentingan manusia, karena Allah memerintahkan untuk memakan yang halal saja.

---

<sup>11</sup> Yusuf Qordhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: GIP. 1997), h. 69.

## 2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan pedoman dasar pemasaran jasa, karena ini produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas) dan kinerja juga akan dibeli oleh pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa.<sup>12</sup>

Pelayanan yang disediakan suatu institusi kesehatan harus memiliki karakteristik tertentu, di samping persoalan keterjangkauan dan ketersediaan. Karakteristik itu harus mencakup elemen dan karakteristik mutu. Elemen kepuasan konsumen merupakan hal yang terpenting. Jika pelanggan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, dia tidak akan mencari pelayanan itu atau menerimanya, walaupun pelayanan tersebut tersedia, mudah didapat, dan mudah dijangkau. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang ditawarkan merupakan hal penting dalam pelayanan kesehatan. Namun, kualitas pelayanan harus berasal dari perspektif konsumen karena pelayanan merupakan jasa yang diterima oleh konsumen pelayanan tersebut.

Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri dan spesifikasi. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lainnya: persepsi konsumen, produk (jasa), proses untuk berwujud barang ketiga orientasi ini hampir selalu dapat dibedakan dengan jelas tetapi tidak untuk satu jasa. Untuk jasa produk dan proses mungkin tidak dapat dibedakan dengan jelas bahkan produknya adalah proses itu sendiri. Konsistensi kualitas suatu jasa untuk orientasi tersebut dapat memberikan kontribusi kepada keberhasilan suatu perusahaan ditinjau dari kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan dan profitabilitas organisasi. Hal tersebut apabila dianalisis jauh hubungannya antara kualitas dan keuntungan jangka panjang terlihat dalam dua hal yaitu faktor

---

<sup>12</sup> Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), h. 56.

keuntungan eksternal yang diperoleh dari kepuasan pelanggan dan keuntungan internal yang diperoleh dari adanya perbaikan produk.<sup>13</sup>

#### **a. Indikator- indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Prasuraman didalam buku Jasfar ada lima dimensi kualitas pelayanan yang biasa dijadikan indikator,<sup>14</sup> antara lain yaitu:

##### 1. Wujud Fisik (*Tangibles*)

Tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa. Penilaian dalam dimensi ini dapat diperluas dalam bentuk hubungan dengan konsumen lain pengguna jasa.

##### 2. Keandalan (*Reliability*)

Merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya, terutama memberikan jasa secara tepat waktu, dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yangtelah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.

##### 3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Yaitu kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memeriksa jasa yang dibutuhkan konsumen.

##### 4. Jaminan (*Assurance*)

Meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keraguan pasien dan terbebas dari bahaya dan risiko.

##### 5. Empati (*Empathy*)

Meliputi sikap kontak personal maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan konsumen, seperti komunikasi yang

---

<sup>13</sup> Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 175.

<sup>14</sup> Farida Jasfar, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offest, 2000), h. 51.

baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.

Menurut Sviokla didalam buku Rambat Lupiyoadi kualitas memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri dari aspek-aspek sebagai berikut,<sup>15</sup> yaitu:

1. Kinerja

Kinerja disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merk, atribut yang dapat diukur dan aspek kinerja individu. Kinerja beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif pelanggan yang pada dasarnya bersifat umum.

2. Keragaman Produk (*Features*)

Dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Keragaman produk biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini konsumen) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk (jasa). Dengan demikian perkembangan kualitas suatu produk menuntut karakter fleksibilitas agar dapat menyesuaikan diri dengan permintaan pasar.

3. Keandalan (*Reliability*)

Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi pada suatu periode. Keandalan suatu produk yang menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk. Hal ini semakin penting mengingat besarnya biaya penggantian dan pemeliharaan yang harus dikeluarkan apabila produk yang tidak handal mengalami kerusakan.

4. Kesesuaian (*Conformance*)

Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas suatu barang adalah kesesuaian produk dengan standart dalam industrinya. Kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu

---

<sup>15</sup> Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 176.

penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi dan beberapa kesalahan lain.

5. Ketahanan atau Daya Tahan (*Durability*)

Ukuran ketahanan suatu produk meliputi segi ekonomi maupun teknis. Secara teknis ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis ketahanan diartikan sebagai usia ekonomi suatu produk dilihat dari jumlah kegunaan yang diperoleh sebelum terjadi kerusakan dan keputusan mengganti produk.

6. Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*)

Pelayanan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk diperbaiki. Dimensi ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memperhatikan adanya penurunan kualitas produk tetapi juga waktu sebelum produk disimpan, penjadwalan pelayanan, proses komunikasi dengan staf, frekuensi pelayanan perbaikan akan kerusakan produk dan pelayanan lainnya.

7. Estetika (*Aesthetics*)

Merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, bagaimana penampilan luar suatu produk, rasa, maupun bau. Dengan demikian estetika jelas merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan konsumen.

8. Kualitas yang Dipersepsikan (*Perceived Quality*)

Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut produk (jasa). Namun umumnya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung misalnya melalui merk, nama, dan negara produsen. Ketahanan produk misalnya dapat menjadi hal yang sangat kritis dalam pengukuran kualitas produk.

## b. Konsep Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas.

Sebagaimana dalam QS. Al-Baqarah ayat 267 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ۚ ٢٦٧

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. (QS. Al-Baqarah 267).

Allah ta'ala menganjurkan kepada hamba-hambanya untuk menginfakkan sebagian apa yang mereka dapatkan dalam berniaga, dan sebagian dari apa yang mereka panen dari tanaman dari biji-bijian maupun buah-buahan, hal ini mencakup zakat uang maupun seluruh perdagangan yang dipersiapkan untuk dijual belikan, juga hasil pertanian dari biji-bijian dan buah-buahan. Termasuk dalam keumuman ayat ini, infak yang wajib maupun yang sunnah. Allah ta'ala memerintahkan untuk memilih yang baik dari itu semua dan tidak memilih yang buruk, yaitu yang jelek lagi hina mereka sedekahkan kepada Allah, seandainya mereka memberikan barang yang seperti itu kepada orang-orang yang berhak mereka berikan, pastilah merekapun tidak akan meridhainya, mereka tidak akan menerimanya kecuali dengan kedongkolan dan memicingkan mata.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup>[http://www.islamweb.net/newlibrary/display\\_book.php?idfrom=6&idto=85&bk\\_no=63&ID=7](http://www.islamweb.net/newlibrary/display_book.php?idfrom=6&idto=85&bk_no=63&ID=7) pada masalah Asbabun Nuzul.

Maka yang seharusnya adalah mengeluarkan yang tengah-tengah dari semua itu, dan yang lebih sempurna adalah mengeluarkan yang paling baik. Sedang yang dilarang adalah mengeluarkan yang jelek, karena yang ini tidaklah memenuhi infak yang wajib dan tidak akan memperoleh pahala yang sempurna dalam infak yang sunnah.

### 3. Harga

Harga bagi perusahaan adalah hal penting yang perlu dipikirkan, oleh karena itu harga adalah kebijakan pemasaran yang akan langsung mempengaruhi pendapatan. Harga juga menjadi penting karena akan menjadi patokan bagi konsumen untuk membeli produk.<sup>17</sup> Dalam arti sempit harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.<sup>18</sup>

Menurut Basu Swastha harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang jika mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa.<sup>19</sup>

Harga adalah suatu alat pemasaran kunci yang digunakan organisasi untuk mencapai tujuan pemasarannya, ini merupakan suatu yang berpengaruh kuat. Secara sederhana, istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan/moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> Soryani, *Prilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 67.

<sup>18</sup> Philip Kotler & Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 edisi 8*, (Jakarta: Erlangga, 2011), h. 439.

<sup>19</sup> Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern Edisi Ketiga*, (Yogyakarta: Liberty, 1998), h. 149.

<sup>20</sup> Philip Kotler & Nancy Lee, *Pemasaran di Sektor Publik*, (Jakarta: Jaya Cemerlang, 2007), h. 80.

## a. Peranan Harga

Harga memainkan peranan penting bagi perekonomian secara makro, konsumen dan perusahaan.<sup>21</sup>

### 1. Bagi Perekonomian

Harga produk mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga dan laba. Tingkat upah yang tinggi menarik tenaga kerja, tingkat bunga yang tinggi menjadi daya tarik bagi investasi modal. Sebagai alikator sumber daya, harga menentukan apa yang akan di produksi (penawaran) dan siapa yang akan membeli barang dan jasa yang akan dihasilkan (permintaan).

### 2. Bagi Konsumen

Dalam penjualan, ada segmen pembeli yang akan sensitif terhadap faktor harga dan ada pula yang tidak. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk yang seringkali di pengaruhi oleh harga. Dalam beberapa kasus, harga yang mahal dianggap mencerminkan kualitas tinggi, terutama dalam kategori *specially product*.

### 3. Bagi Perusahaan

Dibandingkan dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) lainnya (produk, distribusi dan promosi) yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar, harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan. Harga produk merupakan determinan utama bagi permintaan pasar atas produk bersangkutan. Harga mempengaruhi posisi bersaing dan pangsa pasar perusahaan. Dalam kata lain bahwa perusahaan mendapatkan uang melalui harga yang dibebankan atas produk atau jasa yang dijualnya.

---

<sup>21</sup> Fandy Tjiptono dkk, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Andi, 2008), h. 471-472.

## **b. Pendekatan dalam Menetapkan Harga**

Kotler dan Amstrong berpendapat bahwa ada empat pendekatan dalam penetapan harga:<sup>22</sup>

1. Strategi harga premium, menghasilkan produk bermutu tinggi dan memasang harga paling tinggi.
2. Strategi ekonomi , menghasilkan produk bermutu rendah dan memasang harga paling rendah.
3. Strategi nilai baik, menghasilkan produk tinggi tetapi dengan harga yang lebih rendah.
4. Strategi penetapan harga tinggi, menetapkan harga produk tinggi sehubungan dengan produk tinggi, namun untuk jangka panjang produk tersebut ditinggalkan oleh konsumen karena keluhan terhadap produk tersebut.

## **c. Metode Penetapan Harga**

Cara penetapan harga atau metode penetapan harga dapat dilakukan dengan beberapa cara menurut Kotler yaitu:<sup>23</sup>

1. Penetapan harga *mark-up*, dilakukan dengan menambahkan *mark up* standar ke biaya produk.
2. Penetapan harga berdasarkan system pengembalian, dilakukan dengan perusahaan menetapkan harga sesuai dengan tingkat pengembalian (ROI) yang diinginkan.
3. Penetapan harga berdasarkan nilai yang dipersepsi dari pikiran pembeli.
4. Penetapan harga berlaku, yaitu mereka menetapkan harga yang cukup rendah untuk tawaran yang bermutu tinggi.
5. Penetapan harga sesuai harga yang berlaku, perusahaan mendasarkan harganya terutama pada harga pesaing.

---

<sup>22</sup> Philip Kotler dan G Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 2 edisi Bhs. Indonesia dari Principles of Marketing*, (Jakarta : PT Perlindo, 1998), h. 97.

<sup>23</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta : Salemba, 2000), h. 98.

6. Penetapan harga tender tertutup, perusahaan menetapkan harga berdasarkan perkiraannya tentang bagaimana pesaing akan menetapkan harga dan bukan berdasarkan hubungan yang kaku dengan biaya atau permintaan perusahaan.

#### **d. Tujuan Penetapan Harga**

Penetapan harga jasa penting karena terkait dengan revenue, citra, kualitas, distribusi dan lain-lain. Keputusan penetapan harga juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh sebuah layanan jasa dinilai oleh konsumen, dan juga dalam proses membangun citra. Penetapan harga juga memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas.<sup>24</sup>

Ada 4 hal yang menjadi tujuan penetapan harga<sup>25</sup>, yaitu :

##### 1. Berorientasi pada laba

Didasarkan pada asumsi teori ekonomi klasik yang menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba yang maksimum. Dalam kondisi persaingan yang ketat dan serba kompleks penerapannya sangat sulit untuk dilakukan.

##### 2. Berorientasi pada volume

Tujuan ini berorientasi pada volume, dimana harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan, nilai penjualan, ataupun untuk menguasai pangsa pasar.

##### 3. Berorientasi pada citra

Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra perusahaan. Sebaliknya, harga rendah dapat dipergunakan untuk membentuk citra nilai tertentu.

##### 4. Stabilisasi harga

---

<sup>24</sup> Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 86.

<sup>25</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Salemba Empat), 2005, h. 35.

Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri.

#### 5. Tujuan-tujuan lainnya

Penetapan harga dapat juga bertujuan untuk mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan.

#### e. Penetapan Harga Menurut Pandangan Islam

Setelah perpindahan (hijrah) Rasulullah SAW ke Madinah, maka beliau menjadi pengawas pasar. Pada saat itu, mekanisme pasar sangat dihargai, salah satu buktinya yaitu Rasulullah SAW menolak untuk membuat kebijakan dalam penetapan harga, pada saat itu harga sedang naik karena dorongan permintaan dan penawaran yang dialami.<sup>26</sup>

Dalam hadist tersebut diriwayatkan sebagai berikut :

“Seseorang berkata saat itu, “Wahai Rasulullah harga (saat itu) naik, maka tentukan harga untuk kami”. Rasulullah SAW bersabda :

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَائِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ  
أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Artinya: “Sesungguhnya Allahlah Zat Yang menetapkan harga, Yang menahan, Yang mengulurkan, dan yang Maha Pemberi rezeki. Sungguh, aku berharap dapat menjumpai Allah tanpa ada seorang pun yang menuntutku atas kezaliman yang aku lakukan dalam masalah darah dan tidak juga dalam masalah harta”. (HR Abu Dawud, Ibn Majah dan at-Tirmidzi).

Dalam hadits lain diceritakan bahwa Abu Hurairah juga menuturkan, pernah ada seorang laki-laki mendatangi Rasulullah saw Ia lalu berkata, “Ya Rasulullah, tetapkanlah harga.” Rasulullah saw menjawab:

<sup>26</sup> M. Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi: Teks Terjemah dan Tafsir*, (Jakarta: Amzah, 2013), h. 110.

بَلَّ اللَّهُ يَخْفِضُ وَيَرْفَعُ

Artinya: “Akan tetapi, Allahlah Yang menurunkan dan menaikkan harga”.  
(HR Ahmad dan ad-Darimi).

Nabi tidak menetapkan harga jual, dengan alasan bahwa dengan menetapkan harga akan mengakibatkan kezaliman, sedangkan zalim adalah haram. Karena jika harga yang ditetapkan terlalu mahal, maka akan menzalimi pembeli, ada jika harga yang ditetapkan terlalu rendah, maka akan menzalimi penjual.

Hukum asal yaitu tidak ada penetapan harga (*al-tas'ir*), dan ini merupakan kesepakatan para ahli fiqih, Imam Hambali dan Imam Syafi'I melarang untuk menetapkan harga karena akan menyusahkan masyarakat sedangkan Imam Maliki dan hanafi memperbolehkan penetapan harga untuk barang-barang sekunder.

Mekanisme penentuan harga dalam Islam sesuai dengan *Maqashid al-Syariah*, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan diantara manusia. Seandainya rasulullah saat itu langsung menetapkan harga, maka akan kontradiktif dengan mekanisme pasar. Akan tetapi situasi tertentu, dengan dalih *Maqashid al-Syariah*, penentuan harga menjadi suatu keharusan dengan alasan menegakkan kemaslahatan manusia dengan memerangi distorsi pasar (memerangi *mafsadah* atau kerusakan yang terjadi di lapangan).<sup>27</sup>

Dalam konsep Islam, yang paling prinsip adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga barang tersebut dari penjual.

---

<sup>27</sup> Ika Yunia Fauziah, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2014), h. 201.

Konsep mekanisme pasar dalam Islam dibangun atas prinsip-prinsip:<sup>28</sup>

1. Ar-Ridha

Segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (*freedom contract*)

2. Persaingan yang sehat

Mekanisme pasar akan terhambat bekerja jika terjadi penimbunan atau monopoli. Monopoli setiap barang akan yang penahanannya akan membahayakan konsumen atau orang banyak.

3. Kejujuran

Merupakan pilar yang sangat penting sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri.

4. Keterbukaan serta keadilan

Pelaksanaan prinsip ini adalah transaksi yang dilakukan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan yang sesungguhnya.

#### 4. Fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri. Fasilitas dapat juga diartikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia di lingkungan maupun di dalam kantor perusahaan, dimaksudkan untuk memberikan pelayanan maksimal agar konsumen atau pelanggan merasakan nyaman dan puas. Fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam kegiatan suatu produk.<sup>29</sup>

Fasilitas adalah dimana kebutuhan dan harapan pelanggan, baik yang bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan. Salah satu pendukung fasilitas dengan bentuk fasilitas fisik organisasi yang digunakan

---

<sup>28</sup> Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Surakarta: Erlangga, 2012), h. 169.

<sup>29</sup> Sudono Sukino, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi, Edisi 3* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005), h. 98.

sebagai alat komunikasi pelayanan terhadap konsumen. Perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para pelanggan dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, Sehingga kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.<sup>30</sup> Pelanggan harus memang dipuaskan, sebab jika tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini menyebabkan penurunan penjualan.

Raharjani menyatakan bahwa apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.<sup>31</sup>

Artinya bahwa salah satu faktor kepuasan konsumen dipengaruhi oleh fasilitas yang diberikan oleh penjual yang dimanfaatkan oleh konsumen sehingga mempermudah konsumen dalam proses pembelian. Apabila konsumen merasa nyaman dan mudah mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual, maka konsumen akan merasa puas.

#### **a. Hal-hal yang perlu Disampaikan dalam Fasilitas Jasa**

Menurut Kertajaya pemberian fasilitas yang memadai akan membantu meningkatkan empati konsumen terhadap setiap kondisi yang tercipta pada saat konsumen melakukan pembelian. Sehingga secara psikologis mereka akan

---

<sup>30</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997), h. 95.

<sup>31</sup> Riharjani J, *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Sualayan Sebagai Tempat Berbelanja*, (Semarang: Jurnal Studi Manajemen Organisasi, 2005), h. 57.

memberikan suatu pernyataan bahwa mereka puas dalam melakukan pembeliannya.

Hal-hal yang perlu disampaikan dalam fasilitas jasa antara lain:

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

Fasilitas merupakan sarana penunjang yang digunakan perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Kotler menyatakan bahwa salah satu upaya yang dilakukan manajemen perusahaan terutama yang berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen yaitu dengan memberikan fasilitas sebaik-baiknya demi menarik dan mempertahankan pelanggan.

Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas. Hubungan antara fasilitas terhadap kepuasan telah dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan Martianawati Widitomo dan Wijaya dimana hasil penelitian tersebut adalah fasilitas mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan.

#### **b. Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Fasilitas Jasa**

Desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut

dimata pelanggan Adapun faktor-faktor yang berpengaruh terhadap fasilitas yaitu.<sup>32</sup>

1. Sifat dan tujuan organisasi

Sifat suatu jasa seringkali menentukan berbagai persyaratan desainnya, contoh desain ruang peralatan medis yang representatif, ruang tunggu pasien yang nyaman. Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya perusahaan mudah dapat dikenali dan desain interior bisa menjadi ciri khas.

2. Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat

Setiap perusahaan jasa membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya. Dalam menentukan lokasi fisik diperlukan beberapa faktor yaitu kemampuan financial, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah, dan lain-lain.

3. Fleksibilitas

Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga risiko keuangan relatif besar. Kedua kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan kemungkinan perkembangan dimasa akan datang.

4. Estetis

Fasilitas jasa tertata rapi, menarik akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa, selain itu aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasinya juga meningkat. Aspek-aspek yang perlu ditata meliputi berbagai aspek. Misalnya, tinggi langit-langit bangunan, lokasi jendela dan pintu.

---

<sup>32</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Eds I, Cetakan Pertama*, (Yogyakarta: Andi, 2006), h. 148-149.

#### 5. Masyarakat dan lingkungan sekitar

Masyarakat (terutama masalah sosial dan lingkungan hidup) dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan. Apabila perusahaan tidak mempertimbangkan faktor ini, maka kelangsungan hidup perusahaan bisa terancam.

#### 6. Biaya konstruksi dan operasi

Kedua jenis biaya ini dipengaruhi desain fasilitas, biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bangunan yang digunakan. Biaya operasi dipengaruhi oleh kebutuhan energy ruangan, yang berkaitan dengan perubahan suhu.

### B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang terkait dengan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pasien adalah sebagai berikut :

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Sebelumnya**

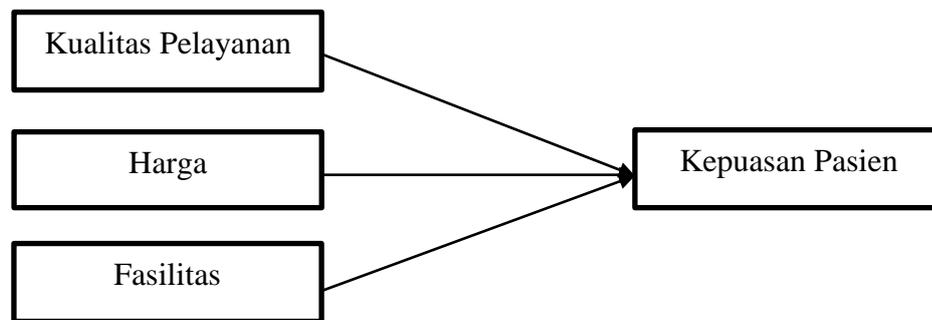
Pengarang	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Arlina Nurbaity (2009)	Pengaruh Harga (Price), dan Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Deli Medan.	Y = Kepuasan Pasien X1 = Persepsi Harga X2 = Persepsi Kualitas Pelayanan	Harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.

Fransisca Widyawati (2008)	Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Telepon Flexi	Y = Kepuasan Pelanggan X1 = Kualitas Pelayanan X2 = Persepsi Harga X3 = Kualitas Produk	Setiap variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kecuali persepsi harga.
Pratama Kesuma Tanudjaya (2014)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Klinik Gigi Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Pasien Sehingga Meningkatkan Keinginan Untuk Berobat Kembali	Y = Kepuasan Pasien X1 = Kualitas pelayanan X2 = Kepercayaan Pasien	Variabel kepercayaan secara signifikan lebih besar dibandingkan kualitas pelayanan klinik dan kepuasan pasien dalam mempengaruhi keinginan pasien untuk berobat kembali

Adapun perbedaan penelitian terhadap kajian terdahulu adalah bahwa penelitian ini mempunyai perbedaan yang tidak jauh berbeda dengan penelitian terdahulu. Penelitian ini terdapat perbedaan baik dari judul, jumlah variabel, tempat penelitian dan metodologi penelitian. Penelitian berjudul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan”, dengan suatu variabel yaitu

Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) Fasilitas (X3) dan Kepuasan Pasien (Y), tempat penelitian di Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan.

### C. Kajian Teoritis



**Gambar 2.1 Kajian Teoritis**

Pada kondisi ini variabel X (independent) mempengaruhi variabel Y (dependent), yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas mempengaruhi kepuasan pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani.

### D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang mungkin benar atau salah. Hipotesis ditolak apabila faktanya menyangkal dan diterima apabila faktanya membenarkan. Jadi hipotesis adalah dugaan sementara yang perlu dibuktikan kebenarannya.

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1.  $H_1$  = Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan
2.  $H_2$  = Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan
3.  $H_3$  = Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan

4.  $H_4$  = Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka.<sup>33</sup> Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

Metode Kuantitatif adalah metodologi penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey. Dalam penelitian survey, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner.<sup>34</sup>

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi yang dipilih sebagai tempat penelitian adalah Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani yang berlokasi di Jl. Prof. H. M. Yamin Aksara Kelurahan Sei Kera Hulu Kecamatan Medan Perjuangan, Sumatera Utara. Penelitian pada bulan Mei s/d selesai.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Sampel**

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda, tumbuhan-tumbuhan dan peristiwa sebagai sumber data yang mempunyai karakteristik tertentu dalam sebuah penelitian.<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Syahrudin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media), h. 39

<sup>34</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 11.

<sup>35</sup> Herman Resito, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1991), h. 49.

Sedangkan menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek itu sendiri.<sup>36</sup> Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan.

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang diketahui dari suatu populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pasien yang berobat pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan.

Pengambilan Smpel dengan metode *accidental sampling* yaitu jumlah sampelnya ditetapkan terlebih dahulu sesuai dengan tujuan penelitian dan diambil sampelnya secara acak.<sup>37</sup> Penggunaan *accidental sampling* dikarenakan untuk mempermudah dan mempercepat sampel, yaitu sebanyak 80 responden.

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data primer dan kemudian data tersebut diolah oleh SPSS. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti dari wawancara atau pengisian kuesioner yang dilakukan oleh penelitian. Data ini didapat dengan mengambil langsung dari sumber data (responden).

#### **E. Teknik dan Instrument Penelitian**

##### **1. Teknik Pengumpulan Data**

---

<sup>36</sup> Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabata, 2009), h. 80.

<sup>37</sup> Nur Ahmadi Birahmani, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Medan: Febi Uin Su Press, 2016), h. 40.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah penelitian lapangan yaitu tinjauan langsung terhadap masyarakat yang termasuk kedalam data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari informan penelitian melalui kuesioner yang langsung ditujukan pada pasien Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan langsung yang diperoleh dari objek penelitian.

## 2. Instrumen Pengumpulan Data

Dibawah ini nantinya akan diuraikan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akan diolah.

### a. Angket

Angket merupakan metode pengumpulan data dengan membuat sejumlah daftar pertanyaan dalam bentuk angket, yang nantinya akan ditujukan kepada pasien yang berobat. Instrumen dalam penelitian ini bersifat terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka adalah jika jawaban tidak disediakan sebelumnya, sedangkan bersifat tertutup adalah jika alternatif-alternatif jawaban telah disediakan. Kuesioner yang dipakai di sini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan. Dan pengukurannya menggunakan skala likert, menurut Sugiyono skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian, dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif yang dapat berupan antara lain:<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2003), h. 47.

**Tabel 3.1**  
**Pedoman Pemberian Skor**

No	Pernyataan	Skor
1.	SS=Sangat Setuju	5
2.	S=Setuju	4
3.	KS=Kurang Setuju	3
4.	TS=Tidak Setuju	2
5	STS=Sangat Tidak Setuju	1

b. Observasi

Observasi merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung pasien yang berobat.

c. Studi Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang profil Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan.

## **F. Definisi Operasional**

Definisi operasional variabel adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.<sup>39</sup> Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel penelitian, yaitu variabel dependent dan variabel independent.

1. Variabel independent (tidak terikat)

---

<sup>39</sup> *Ibid*, h. 92.

Variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhinya variabel dependen.<sup>40</sup> Variabel independent yang akan diteliti pada penelitian ini adalah :

a. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas Pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna untuk memenuhi harapan pelanggan, pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditunjukkan melalui dengan sikap, sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan.

Indikator:

1. Kecepatan dan ketepatan dalam melayani pasien
2. Keramahan dan kesopanan dokter dan perawat dalam memberikan pelayanan terhadap pasien
3. Pengetahuan, keandalan dan keterampilan petugas medis
4. Kepedulian dan perhatian terhadap keluhan dan kebutuhan pasien

b. Harga (X2)

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas produk/jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk/jasa tersebut.

Indikator :

1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
2. Daya saing harga
3. Keterjangkaun harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

---

<sup>40</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 67.

c. Fasilitas (X3)

Fasilitas merupakan sarana prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apalagi fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka pelanggan akan merasa puas.

Indikator:

1. Kelengkapan
2. Kenyamanan dan kebersihan ruangan
3. Kondisi Fasilitas

2. Variabel dependent (terikat)

Variabel dependent adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen.<sup>41</sup> Variabel dependent yang akan diteliti pada penelitian ini adalah Kepuasan Pasien (Y). Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Indikator:

1. Kualitas pelayanan (*Service quality*)
2. Harga pada produk
3. Faktor emosi/perasaan (*Emotion Factor*)
4. Kembali menggunakan jasa

Selanjutnya agar lebih jelas disajikan tabel sebagai berikut :

a. Indikator Variabel Kualitas Pelayanan<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 68.

<sup>42</sup> Farida Jasfar, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), h. 98.

**Tabel 3.2**

Variabel	Indikator	Skala Likert
Kualitas Pelayanan	Kecepatan dan ketepatan dalam memberikan pelayanan	Likert
	Keramahan dan kesopanan meberikan pelayanan	
	Pengetahuan, keandalan dan keterampilan	
	Kepedulian dan perhatian	

b. Indikator Variabel Harga<sup>43</sup>**Tabel 3.3**

Variabel	Indikator	Skala Likert
Harga	Kesesuaain harga dengan kualitas produk	Likert
	Daya saing harga	
	Keterjangkauan harga	
	Kesesuaian harga dengan manfaat	

c. Indikator Variabel Fasilitas<sup>44</sup>**Tabel 3.4**

Variabel	Indikator	Skala Likert
Fasilitas	Kelengkapan	Likert
	Kenyamanan dan kebersihan ruangan	
	Kondisi Fasilitas	

d. Indikator Variabel Kepuasan Pasien<sup>45</sup>

<sup>43</sup> William Stanton, *Prinsip Pemasaran* Eds. VII Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 1998), h. 102

<sup>44</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 1997), h. 79.

<sup>45</sup> Hendi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* Cet 1, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2002), h. 119.

**Tabel 3.5**

Variabel	Indikator	Skala Likert
Kepuasan Pasien	Kualitas pelayanan ( <i>Service quality</i> )	Likert
	Harga (Price)	
	Faktor emosi/perasaan ( <i>Emotion Factor</i> )	
	Kembali menggunakan jasa	

### G. Teknik Analisis Data

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS. Adapun pengujian-pengujian akan dilakukan adalah :

#### 1. Uji Kesahihan Angket

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian atau tidak.

##### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah item yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur, atau bisa melakukan penilaian langsung dengan metode korelasi *person* atau metode *corrected item total correlation*.<sup>46</sup>

##### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat keandalan suatu instrumen penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika

---

<sup>46</sup> Purwanto Suharyadi, *Statistik Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004), h. 24.

pengukuran tersebut diulang.<sup>47</sup> Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner, sehingga saat diberikan berulang akan mendapatkan hasil yang konsisten. Uji reliabilitas menggunakan program SPSS terbaru.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak layak digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji multikolinieritas.

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Jadi dalam hal ini yang diuji normalitas bukan masing-masing variabel independen dan dependen tetapi nilai residual yang dihasilkan dari model regresi.

### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk analisis regresi ganda yang terdiri atas dua variabel bebas atau lebih. Dengan teknik ini akan diukur pengaruh variabel X tersebut melalui besaran koefisien korelasi ( $r$ ). Jika koefisien korelasi antar variabel X lebih besar dari 0,60 di katakan multikolinieritas, tetapi jika variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,60 dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

---

<sup>47</sup> Duwi Priyatno Spss, *Analisis Statistic Data Lebih Cepat Lebih Akurat*, (Yogyakarta: Medikom, 2011), h. 24.

c. Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi berganda juga perlu dilakukan pengujian mengenai sama atau tidak sama varians dari residual observasi atau dengan yang lain. Jika residual punya kesamaan dalam varians, disebut *Homoskedastisitas* dan jika varians tidak mempunyai persamaan disebut *Heteroskedastisitas*.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk melihat apakah ada hubungan linear antara *error* serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (*data time series*). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dalam suatu model penelitian dapat menggunakan uji *Durbin Watson*. Nilai *Durbin Watson* yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan nilai *d*-tabel. Pada  $\alpha = 5\%$ , hasil perbandingan akan menghasilkan kesimpulan seperti kriteria berikut :

- a) Jika nilai *Durbin Watson* (DW) dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- b) Jika nilai *Durbin Watson* (DW) diantara -2 berarti sampai +2, berarti tidak terdapat autokorelasi.
- c) Jika nilai *Durbin Watson* (DW) diatas +2 berarti terdapat autokorelasi negatif.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Determinan ( $R^2$ )

Untuk mengetahui berapa besar persentase pengaruh antara variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ). Jika ( $R^2$ ) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$ ) adalah besar terhadap variabel terikat ( $Y$ ). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika ( $R^2$ ) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan

bahwa pengaruh variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$ ) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil. hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

b. Uji -T

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

$H_1 : b_i = 0$  Analisis Regresi Linear Berganda

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_2 : b \neq 0$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_0$  diterima, apabila  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel pada  $\alpha = 0.05$

$H_a$  diterima, apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel pada  $\alpha = 0.05$

c. Uji simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Melalui uji statisti dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$H_0 : b_1=b_2=b_3=0$

Artinya secara bersama-sama atau simultan tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$$

Artinya secara bersama-sama atau simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

#### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Setelah data berskala interval, untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara tiga variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan ( $X^1$ ), Harga ( $X^2$ ) dan Fasilitas ( $X^3$ ) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pasien ( $Y$ ), digunakan teknik data dengan menggunakan rumus analisis statistik regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

Dimana :

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Harga

$X_3$  = Fasilitas

$Y$  = Kepuasan Pasien

$a$  = konstanta dari persamaan regresi

$b_1$  = koefisien regresi dari variabel  $X_1$

$b_2$  = koefisien regresi dari variabel  $X_2$

$b_3$  = koefisien regresi dari variabel  $X_3$

$\varepsilon$  = eror

Dalam proses pengolahan data, penulis mempergunakan aplikasi komputer dengan program SPSS untuk mempermudah dan mempercepat pengolahan data. SPSS adalah suatu software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non parametrik dengan basis windows

## **BAB IV**

### **TEMUAN PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan**

Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani merupakan salah satu bisnis jasa yang dijalankan sekaligus dibutuhkan masyarakat dalam melaksanakan upaya kesehatan. Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani berlokasi Jl. Prof. H. M. Yamin Aksara Medan. Dokter Gigi Eka Adhayani FKG USU Medan Jurusan Kedokteran Gigi. Pengalaman yang telah dijalani seorang Dokter Gigi Eka Adhayani adalah sebuah ilmu yang digali untuk memperdalam keilmuan dari profesi yang telah ia tekuni. Pada usia mudanya Dokter Gigi Eka Adhayani menjalani pengalaman bekerja dimana-mana hingga keluar Negeri. Dokter Eka Adhayani memperoleh pengalaman yang luas karena untuk mendalami dan memperlancar keilmuan yang telah ia tekuni sebagai Profesional Dentist.

Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani membuka usaha jasa kesehatan sejak tahun 2007 mendapat surat izin usaha. Dan surat tufas yang merupakan bukti tertulis diberikan dinas kesehatan kabupaten/kota kepada dokter dan dokter gigi yang akan menjalankan praktek kedokteran. Untuk mendirikan praktik kedokteran gigi yang paling utama adalah persyaratan yang dilakukan oleh dokter sesuai Peraturan Menteri Kesehatan RI.

#### **1. Fasilitas Pelayanan Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan**

- a. Ruang Tunggu dan Konsultan
- b. Ruang Pemeriksaan/pengobatan
- c. Ruang Kamar Mandi

#### **2. Fasilitas Pendukung**

- a. Parkir
- b. Kursi Tunggu
- c. Ac
- d. Tv

- e. Majalah
- f. Air Minum
- g. Unit Dental
- h. Peralatan dan Bahan Gigi

**3. Sumber Daya Insani Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan**

- a. Tenaga Medis : Dokter Gigi dan Perawat Gigi
- b. Tenaga Pendukung Nonmedis : Administrasi dan Kasir

**4. Visi, Misi dan Tata Nilai Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan**

- a. Visi

Menjadi pelayanan bisnis jasa kesehatan yang mampu tumbuh dan berkembang serta dikelola secara professional.

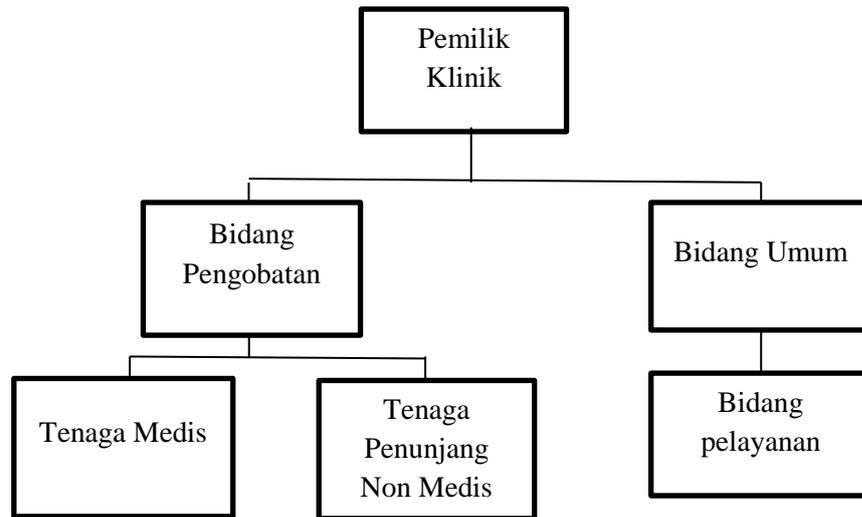
- b. Misi

Bergerak dibidang Usaha Kesehatan dengan cara memuaskan pihak yang berkepentingan yaitu Pemilik (Persyarikatan Praktek dokter Gigi), Karyawan, Pelanggan (Pegguna/Masyarakat) dan Pemerintah..

- c. Tata Nilai

Bekerja sesuai dengan tanggung jawab, berusaha dan berdoa dalam mencapai tujuan, dan bekerja sambil belajar untuk menuju profesionalisme.

## 5. Struktur Organisasi Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan



**Gambar 4.1 Struktur Organisasi Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara Medan**

## 6. Kedokteran Gigi

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 2052/Menkes/Per/X/2011 praktek kedokteran adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh dokter dan dokter gigi terhadap pasien dalam melaksanakan upaya kesehatan.

Praktik kedokteran meliputi tindakan preventif, promotif, kuratif dan rehabilitatif terhadap kondisi gigi dan mulut individu ataupun masyarakat. Tindakan perawatan yang dapat dilakukan oleh seorang dokter gigi antara lain penambalan gigi berlubang, pembersihan karang gigi, pencabutan gigi, pembuatan gigi tiruan. Seorang dokter gigi seringkali menggunakan sinar-x dalam menegakkan diagnose.

## 7. Pendidikan Dokter Gigi

Di Indonesia, seorang calon dokter gigi harus mengikuti pendidikan khusus di fakultas kedokteran gigi selama kurang lebih 4 tahun untuk mendapatkan gelar Sarjana Kedokteran Gigi (S.KG), kemudian harus mengikuti masa magang/kepaniteraan (ko-ass) dirumah sakit atau

sarana kesehatan lainnya selama kurang lebih 2 tahun untuk mendapatkan gelar dokter gigi (drg).

## **8. Konsil Kedokteran Indonesia**

Berdasarkan UU no. 29 Tahun 2004 tentang praktik Kedokteran, telah dibentuk untuk melindungi masyarakat penerima jasa pelayanan kesehatan dan meningkatkan mutu pelayanan kesehatan dari dokter dan dokter gigi, yang terdiri atas Konsil Kedokteran dan Konsil Kedokteran Gigi. KKI bertanggung jawab kepada Presiden dan berkedudukan di Ibukota Negara republik Indonesia.

KKI mempunyai fungsi pengaturan, pengesahan, penetapan, serta pembinaan dokter dan dokter gigi yang menjalankan praktik kedokteran dalam rangka meningkatkan mutu pelayanan medis.

KKI mempunyai tugas meregistrasi dokter dan dokter gigi, mengesahkan, standar pendidikan profesi diokter dan dokter gigi dan melakukan pembinaan terhadap penyelenggaraan praktik kedokteran yang dilaksanakan bersama lembaga terkait sesuai dengan fungsi masing-masing.

## **9. Standar Pendidikan Profesi Dokter Dan Dokter Gigi**

Yang disahkan Konsil ditetapkan bersama oleh Konsil Kedokteran Indonesia dengan kolegium kedokteran, kolegium kedokteran gigi, asosiasi institusi pendidikan kedokteran, asosiasi institusi pendidikan kedokteran gigi, dan asosiasi rumah sakit pendidikan. KKI mempunyai wewenang.

- a. Menyetujui dan menolak permohonan registrasi dokter dan dokter gigi
- b. Menerbitkan dan mencabut surat tanda registrasi dokter dan dokter gigi
- c. Mengesahkan standar kompetensi dokter dan dokter gigi
- d. Melakukan pengujian terhadap persyaratan registrasi dokter dan dokter gigi

- e. Mengesahkan penerapan cabang ilmu kedokteran dan kedokteran gigi
- f. Melakukan pembinaan bersama terhadap dokter dan dokter gigi mengenai pelaksanaan etika profesi yang ditetapkan oleh Organisasi Profesi
- g. Melakukan pencatatan terhadap dokter dan dokter gigi yang dikenakan sanksi oleh organisasi atau perangkatnya karena melanggar ketentuan etika profesi

Susunan organisasi Konsil Kedokteran Indonesia terdiri atas:

- a. Konsil Kedokteran
- b. Konsil Kedokteran Gigi

Konsil Kedokteran dan Konsil Kedokteran Gigi masing-masing terdiri dari tiga divisi yaitu:

- a. Devisi registrasi
- b. Devisi standar pendidikan profesi
- c. Devisi pembinaan

## B. Temuan Penelitian

### 1. Identitas Responden

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel atau responden adalah pasien Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan, sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 orang yang menjadi pasien dengan identifikasi sebagai berikut:

#### a. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**

#### JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	19	23.8	23.8	23.8
	Perempuan	61	76.3	76.3	100.0

Total	80	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan pada Tabel 4.1 diketahui bahwa jumlah laki-laki yang menjadi responden penelitian ini adalah 19 orang atau sebesar 23,8% sedangkan responden perempuan adalah sebanyak 61 orang atau sebesar 76,3%. Ini menunjukkan bahwa yang menjadi responden pada penelitian ini yang paling banyak adalah perempuan.

### b. Identitas Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2**

#### USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 15-20 Tahun	13	16.3	16.3	20.0
21-30 Tahun	55	68.8	68.8	88.8
31-40 Tahun	9	11.3	11.3	11.3
>40 Tahun	3	3.8	3.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan pada Tabel 4.2 diketahui bahwa dari 80 responden sebanyak 16,3% atau sebanyak 13 orang responden berusia 15-20 tahun, kemudian 68,8% atau sebanyak 55 orang responden berusia 21-30 tahun, 11,3% atau sebanyak 9 orang berusia 31-40 dan 3,8% atau 3 orang responden berusia >40 tahun.

### c. Identitas Responden Berdasarkan Status

**Tabel 4.3**

#### STATUS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Belum Menikah	61	76.3	76.3	76.3
Menikah	19	23.8	23.8	100.0

Total	80	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan pada Tabel 4.3 diketahui bahwa dari 80 responden sebanyak 76,3% atau sebanyak 61 orang responden berusia berstatus belum menikah dan 23,8 atau sebanyak 19 orang responden sudah menikah. Hal ini menunjukkan bahwa pasien yang berkunjung pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan didominasi oleh jumlah pasien yang belum menikah sehingga diharapkan mereka lebih menjaga kesehatan gigi dan mulut.

#### d. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.4**  
**PEKERJAAN**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	44	55.0	57.5
	PNS	2	2.5	60.0
	Swasta	13	16.3	76.3
	Wirausaha	19	23.8	23.8
	Lainnya	2	2.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan pada Tabel 4.4 diketahui bahwa 80 responden sebanyak 55.0% atau 44 orang responden sebagai pelajar, 2,5% atau 2 orang responden bekerja sebagai PNS, kemudian 16,3% atau 13 orang responden bekerja sebagai swasta, 23.8% atau 19 respon bekerja sebagai wirausaha dan 2.5% atau 2 orang responden bekerja yang lain-lain.

## 2. Diskripsi Variabel Penelitian

Adapun deskripsi data setiap variabel adalah sebagai berikut :

- a. Penyajian Data Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

Dalam hal ini dikemukakan tujuan tentang data yang diperoleh dari hasil angket dengan item yang berhubungan dengan kualitas pelayanan ( $X_1$ ) yang merupakan variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

**Tabel 4.5**

**Hasil Persentase Jawaban Responden Berdasarkan Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )**

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	8	10.0	61	76.3	6	7.5	5	6.3	0	0	80	100
2	11	13.8	58	72.5	6	7,5	5	6.3	0	0	80	100
3	7	8.8	52	65.0	13	16.3	8	10.0	0	0	80	100
4	5	6.3	50	62.5	20	25.0	4	5.0	1	1.3	80	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Dari tabel diatas dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa penjelasan pernyataan berikut ini.

- 1). Butir pertanyaan 1 mengenai Kualitas Pelayanan tentang kecepatan dan ketepatan dalam melayani pasien, responden yang menyatakan sangat setuju 8 orang (10,0%), setuju sebanyak 61 orang (76,3%), kurang setuju sebanyak 6 orang (7,5%), tidak setuju sebanyak 5 orang (6,3%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju
- 2). Butir pertanyaan 2 mengenai Kualitas Pelayanan tentang keramahan dan kesopanan dokter dan perawat, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 11 orang (13,8%), setuju sebanyak 58 orang (72,5%), kurang setuju sebanyak 6 orang (7,5%), tidak setuju 5 orang (6,3%) dan tidak ada responden sangat tidak setuju
- 3). Butir pertanyaan 3 mengenai Kualitas Pelayanan tentang pengetahuan, kehandalan dan keterampilan dokter dan perawat responden yang

menyatakan sangat setuju sebanyak 7 orang (8,8%), setuju sebanyak 52 orang (65,0%), kurang setuju sebanyak 13 orang (16,3%), tidak setuju 8 orang (10,0%) dan tidak ada responden yang menyatakan dan sangat tidak setuju

- 4). Butir pertanyaan 4 mengenai Kualitas Pelayanan tentang kepedulian dan perhatian dokter dan perawat, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 5 orang (6,3%), setuju sebanyak 50 orang (62,5%), kurang setuju 20 orang (25,0%), tidak setuju 4 orang (5,0%) dan sangat tidak setuju 1 orang (1,3%).

**Tabel 4.6**

**Hasil Persentase Jawaban Responden Berdasarkan Harga (X<sub>2</sub>)**

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	23	28.8	50	62.5	5	6.3	1	1.3	1	1.3	80	100
2	10	12.5	53	66.3	16	20.0	1	1.3	0	0	80	100
3	8	10.0	28	35.0	41	51.3	2	2.5	1	1.3	80	100
4	6	7.5	29	36.3	41	51.3	4	5.0	0	0	80	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Dari tabel diatas dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa penjelasan pernyataan berikut ini.

- 1). Butir pertanyaan 1 mengenai Harga tentang kesesuaian harga dengan kualitas produk dan pelayanannya, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 23 orang (28,8%), setuju sebanyak 50 orang (62,5%), kurang setuju sebanyak 5 orang (6,3%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,3%) dan sangat tidak setuju 1 orang (1,3%)
- 2). Butir pertanyaan 2 mengenai Harga tentang daya saing harga dengan klinik lain, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 10

orang (12,5%), setuju sebanyak 53 orang (66.3%), kurang setuju sebanyak 16 orang (20.0%) dan sangat tidak setuju 1 orang (1.3%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju

- 3). Butir pertanyaan 3 mengenai Harga tentang kesesuaian harga dengan kemampuan daya beli (keterjangkaun), responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 8 orang (10.0%), setuju sebanyak 28 orang (35.0%), kurang setuju sebanyak 41 orang (51.3%), tidak setuju 2 orang (2.5%) dan sangat tidak setuju 1 orang (1.3%)
- 4). Butir pertanyaan 4 mengenai Harga tentang kesesuaian harga dengan manfaat, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 6 orang (7,5%), setuju sebanyak 29 orang (36,3%), kurang setuju 41 orang (51,3%), tidak setuju 4 orang (5,0%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju

**Tabel 4.7**

**Hasil Persentase Jawaban Responden Berdasarkan Fasilitas (X<sub>3</sub>)**

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	20	25.0	56	70.0	4	5.0	0	0	0	0	80	100
2	19	23.8	53	66.3	8	10.0	0	0	0	0	80	100
3	19	23.8	57	71.3	4	5.0	0	0	0	0	80	100
4	36	45.0	39	48.8	5	6.3	0	0	0	0	80	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Dari tabel diatas dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa penjelasan pernyataan berikut ini.

- 1). Butir pertanyaan 1 mengenai Fasilitas tentang kelengkapan peralatan medis, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang (25,0%), setuju sebanyak 56 orang (70,0%), kurang setuju sebanyak 4

- orang (5,0%), tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju
- 2). Butir pertanyaan 2 mengenai Fasilitas tentang kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu dan pemeriksaan/pengobatan, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 orang (23,8%), setuju sebanyak 53 orang (66,3%), kurang setuju sebanyak 8 orang (10,0%), tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju
  - 3). Butir pertanyaan 3 mengenai Fasilitas tentang kondisi fasilitas responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 orang (23,8%), setuju sebanyak 57 orang (71,3%), kurang setuju sebanyak 4 orang (5,0%), tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju
  - 4). Butir pertanyaan 4 mengenai Fasilitas tentang fasilitas yang dimiliki apakah menunjang kepuasan, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 36 orang (45,0%), setuju sebanyak 39 orang (48,8%), kurang setuju 5 orang (6,3%), tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju

**Tabel 4.8**

**Hasil Persentase Jawaban Responden Berdasarkan Kepuasan Pasien (Y)**

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	2	2.5	26	32.5	35	43.8	16	20.0	1	1.3	80	100
2	2	2.5	20	25.0	47	58.8	11	13.8	0	0	80	100
3	4	5.0	37	46.3	36	45.0	3	3.8	0	0	80	100
4	3	3.8	50	62.5	23	28.8	4	5.0	0	0	80	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Dari tabel diatas dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa penjelasan pernyataan berikut ini.

- 1). Butir pertanyaan 1 mengenai Kepuasan Pasien tentang pasien merasa puas dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 2 orang (2,5%), setuju sebanyak 26 orang (32,5%), kurang setuju sebanyak 35 orang (43,8%), tidak setuju 16 orang (20,0) dan sangat tidak setuju 1 orang (1,3)
- 2). Butir pertanyaan 2 mengenai Kepuasan Pasien tentang kepuasan pasien dengan harga yang ditawarkan, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 2 orang (2,5%), setuju sebanyak 20 orang (25,0%), kurang setuju 47 orang (58,8%), kurang setuju sebanyak 11 orang (13,8%), tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju
- 3). Butir pertanyaan 3 mengenai Kepuasan Pasien tentang pasien merasa senang dan bangga, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 4 orang (5,0%), setuju sebanyak 37 orang (46,3%), kurang setuju sebanyak 36 orang (45,0%), tidak setuju 3 orang (3,8%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju
- 4). Butir pertanyaan 4 mengenai Kepuasan Pasien tentang keinginan kembali menggunakan jasa, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 3 orang (3,8%), setuju sebanyak 50 orang (62,5%), kurang setuju 23 orang (28,8%), tidak setuju 4 orang (5,0%) tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju

### **3. Analisis Data**

#### **a. Uji Kualitas Data**

##### **1). Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan dan kelayakan setiap butir angket yang diajukan sehingga suatu variabel dapat diidentifikasi. Alat ukur yang dapat digunakan dalam pengujian validitas suatu angket atau kuesioner adalah angka hasil korelasi antara skor angket dengan skor keseluruhan responden

terhadap informasi dalam kuesioner. Ukuran valid tidaknya suatu pertanyaan dapat dilihat dari output SPSS versi 20.0 berupa nilai item total statistik masing-masing butir angket.

Suatu butir angket dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Nilai  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikan  $\alpha = 0,05$  dan  $df = n - 2 = 80 - 2 = 78$  sebesar 2,199. Hasil output SPSS yang diperoleh untuk uji validitas dari variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Fasilitas ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan pasien ( $Y$ ) pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani dapat dilihat dibawah ini:

**Tabel 4.9**  
**Uji Validitas**

Variabel	Item	$r_{hitung}$ Corrected Item – Total Correlation	$r_{tabel}$ ( $n=80, \alpha$ $=0,05$ )	Status
<b>Kualitas Pelayanan (X1)</b>	X1.1	0,834	0,2199	Valid
	X2.2	0,904	0,2199	Valid
	X3.3	0,867	0,2199	Valid
	X4.4	0,811	0,1299	Valid
<b>Harga (X2)</b>	X1.1	0,650	0,2199	Valid
	X2.2	0,678	0, 2199	Valid
	X3.3	0,731	0,2199	Valid
	X4.4	0,630	0,2199	Valid
<b>Fasilitas (X3)</b>	X1.1	0,727	0,2199	Valid
	X2.2	0,679	0,2199	Valid
	X3.3	0,705	0,2199	Valid
	X4.4	0,733	0,2199	Valid
<b>Kepuasan Pasien (Y)</b>	Y1	0,794	0,2199	Valid
	Y2	0,704	0,2199	Valid
	Y3	0,725	0,2199	Valid
	Y4	0,587	0,2199	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 20.0

Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dapat disimpulkan semua butir angket yang digunakan dalam variabel kualitas ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), fasilitas ( $X_3$ ) dan kepuasan pasien ( $Y$ ) pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan dinyatakan valid.

## 2). Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat kestabilan dan konsistensi dari responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang disusun dalam suatu bentuk angket. Hasil uji ini akan mencerminkan dapat atau tidaknya suatu instrumen penelitian dipercaya, berdasarkan tingkat ketepatan dan kemantapan suatu alat ukur.

Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel atau tidak reliabelnya suatu instrumen penelitian. Salah satunya dengan melihat perbandingan antara nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%). Jika pengujian dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach* maka  $r_{hitung}$  akan diwakili oleh nilai *Alpha* pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.10 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha**

Nilai r	Tingkat Reliabilitas
0,0 – 0,20	Kurang Reliabel
0,20 – 0,40	Agak Reliabel
0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

Adapun tingkat reliabilitas pernyataan variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), variabel harga ( $X_2$ ), variabel fasilitas ( $X_3$ ) serta variabel kepuasan pasien ( $Y$ ) pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan berdasarkan output SPSS versi 20.0 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)**

Cronbach's Alpha	N of Items
,838	5

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 20.0

Dari hasil output *reliability statistic* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,838 dengan jumlah pernyataan 4 item. Nilai  $r_{tabel}$  pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden  $N=80$  dan  $df= N-2= 80-2= 78$  adalah 0,2199. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach*  $0,808 > 0,2199$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0,60 – 0,80 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian sanagat reliabel.

**Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X<sub>2</sub>)**

Cronbach's Alpha	N of Items
,801	5

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 20.0

Dari hasil output *reliability statistic* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,801 dengan jumlah pernyataan 4 item. Nilai  $r_{tabel}$  pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden  $N=80$  dan  $df= N-2= 80-2= 78$  adalah 0,2199. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach*  $0,801 > 0,2199$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0,80 – 1 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian sangat reliabel.

**Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas (X<sub>3</sub>)**

Cronbach's Alpha	N of Items
,810	5

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 20.0

Dari hasil output *reliability statistic* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,801 dengan jumlah pernyataan 4 item. Nilai  $r_{\text{tabel}}$  pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden  $N=80$  dan  $df= N-2= 80-2= 78$  adalah 0,2199. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach*  $0,810 > 0,2199$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0,80 – 1 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian sangat reliabel.

**Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pasien (Y)**

Cronbach's Alpha	N of Items
,808	5

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 20.0

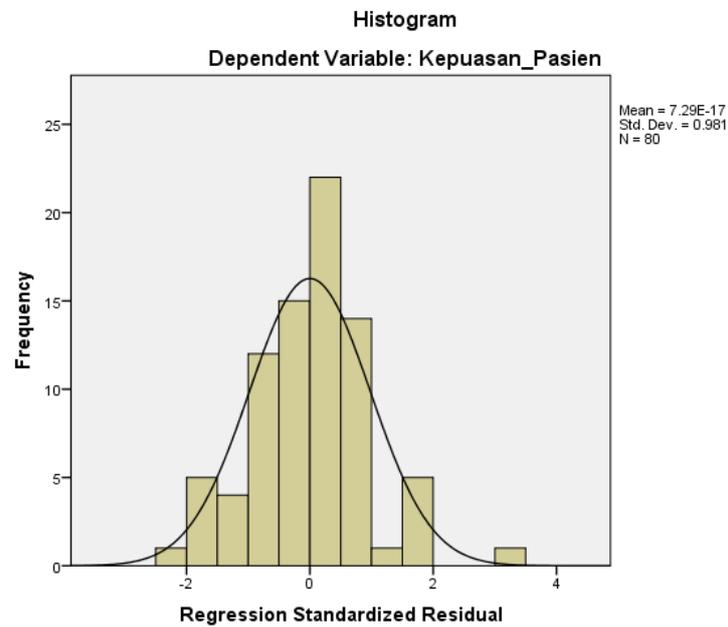
Dari hasil output *reliability statistic* di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,808 dengan jumlah pernyataan 4 item. Nilai  $r_{\text{tabel}}$  pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) dengan jumlah responden  $N=80$  dan  $df= N-2= 80-2= 78$  adalah 0,2199. Dengan demikian, nilai *alpha cronbach*  $0,808 > 0,2199$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0,80 – 1 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian sangat reliabel.

## **b. Uji Asumsi Klasik**

### **1). Uji Normalitas Data**

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji analisis data, artinya sebelum melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus diuji kenormalan distribusinya. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Normalitas data bertujuan untuk mengetahui distribusi normal atau tidak.

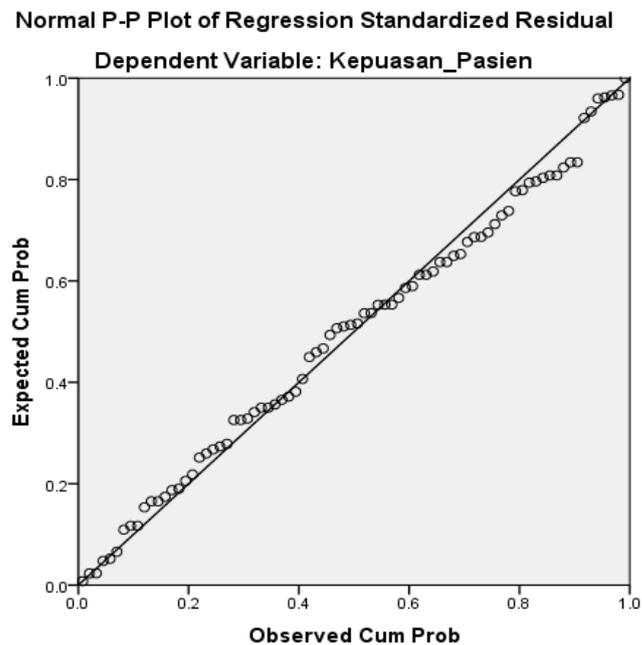
Normalitas dapat dilihat dari normal *p-plot* dan grafik histogram. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila gambar terdistribusi dengan titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Data juga dapat dikatakan normal jika berbentuk kurva yang kemiringannya cenderung seimbang, baik kemiringan sisi kiri maupun kanan, dan bentuk kurva hampir menyerupai lonceng yang sempurna.



**Gambar 4.2 Histogram Display Normal Curve Kepuasan Pasien**

Berdasarkan gambar histogram diatas, dapat dilihat bahwa kurva Kepuasan Pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan memiliki kemiringan dari sisi kanan dan kiri, serta garisnya juga menyerupai lonceng, artinya pembiayaan mikro memiliki kecenderungan berdistribusi normal.

Normalitas data juga dapat dilihat dsisi output kurva normal *P-Plot*. Data pada variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.



**Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas**

Pada prinsipnya Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika titik-titik mendekati garis diagonal, maka dapat dikatakan data penelitian tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya, jika titik-titik nya menjauhi garis diagonal maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Dari gambar 4.3, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, dengan demikian maka model regresi memenuhi asumsi normalitas karena model penelitian ini berdistribusi normal.

**Tabel 4.15 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Kualitas_ Pelayanan	Harga	Fasilit as	Kepuasan _Pasien	Unstanda rdized Residual
N		80	80	80	80	80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	15.2375	15.0250	16.9125	13.4875	,0000000
	Std. Deviation	2.50692	2.11070	1.72248	2.18159	1.67345299
Most Extreme Differences	Absolute	.282	.160	.214	.157	.074
	Positive	.218	.160	.214	.157	.074

	Negative	-.282	-.114	-.161	-.137	-.047
Kolmogorov-Smirnov Z		2.522	1.427	1.917	1.405	.659
Asymp. Sig. (2-tailed)		.061	.072	.068	.088	.777

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 20.0

Dari hasil output SPSS pada tabel 4.15 diatas terlihat bahwa *Asymp.Sig (2-tailed)* untuk variabel Kepuasan Pasien sebesar 0,061. Dikarenakan *Asymp.Sig (2-tailed) >level of significant ( $\alpha = 0,05$ )* atau  $0,061 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah berdistribusi normal. Sedangkan nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* untuk variabel Harga sebesar 0,072. Disebabkan *Asymp.Sig (2-tailed) >level of significant ( $\alpha = 0,05$ )* atau  $0,072 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data untuk variabel Harga adalah berdistribusi normal. Selanjutnya untuk variabel Fasilitas nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah sebesar 0,068. Dikarenakan *Asymp.Sig (2-tailed) >level of significant ( $\alpha = 0,05$ )* atau  $0,068 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data untuk variabel Fasilitas adalah berdistribusi normal. Dan untuk variabel Kepuasan Pasien nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah sebesar 0,088. Dikarenakan *Asymp.Sig (2-tailed) >level of significant ( $\alpha = 0,05$ )* atau  $0,088 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data untuk variabel Kepuasan Pasien adalah berdistribusi normal.

## 2). Uji Multikolineritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas. Uji multikolinearitas dengan SPSS ditunjukkan lewat tabel *Coefficient*, yaitu pada kolom *Tolerance* dan kolom VIF (*Variance Inflation Factors*). *Tolerance* adalah indikator seberapa banyak variabilitas sebuah variabel bebas tidak bisa dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Antara variabel bebas dikatakan tidak terjadi korelasi jika nilai *tolerance* lebih dari 10 persen ( $tolerance > 0,01$ ) dan memiliki nilai VIF kurang dari 10 ( $VIF < 10$ ). Cara umum untuk mendeteksi adanya multukolinearitas adalah dengan

melihat adanya  $R^2$  yang tinggi dalam model tetapi tingkat signifikan yang sangat kecil dari hasil regresi tersebut dan cenderung banyak yang tidak signifikan.<sup>48</sup>

**Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.560	1.993		.488	.325		
Kualitas_Pelayanan	.471	.187	.497	3.979	.003	.781	1.281
Harga	.628	.106	.608	5.949	.000	.741	1.349
Fasilitas	-.185	.133	-.146	-1.395	.167	.707	1.414

a. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

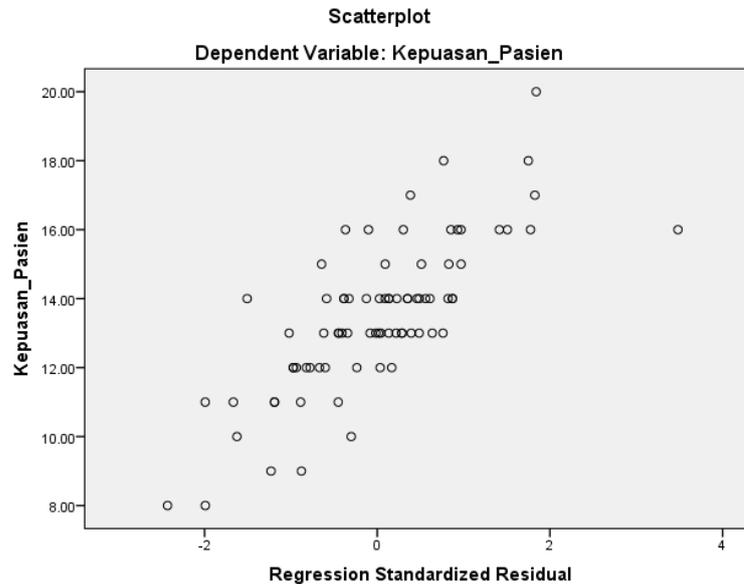
Berdasarkan Tabel 4,16 diatas nilai *tolerance* semua variabel bebas (Kualitas Pelayanan : 0,781, Harga: 0,741, Fasilitas: 0,707) lebih besar dari nilai batas yang ditentukan yaitu sebesar 0,01. Untuk nilai VIF terlihat bahwa semua variabel bebas memiliki nilai VIF yang kurang dari 10 (Kualitas Pelayanan: 1,281, Harga: 1,349, dan Fasilitas: 1,414). Maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

### 3). Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana varian dari kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua nilai variabel bebas, dimana uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau satu pengamatan lainnya. Untuk mendeteksinya dilihat dari titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y pada grafik Scatterplot.

<sup>48</sup> Edy Supriyadi, *SPSS + Amos*, (Jakarta: In Media, 2014), h. 83.

**Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Dari gambar 4.3 menunjukkan bahwa sebaran data residual tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di bawah dan atas angka nol pada sumbu Y dengan demikian model terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

#### 4). Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk melihat apakah ada hubungan linear antara *error* serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (data *time series*). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dalam suatu mosel penelitian dapat menggunakan uji *Durbin Watson*. Nilai *Durbin Watson* yang diperoreh kemudian dibandingkan dengan nilai d-tabel. Pada  $\alpha = 5\%$ , hasil perbandingan akan menghasilkan kesimpulan seperti kriteria berikut :

- d) Jika nilai *Durbin Watson* (DW) dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- e) Jika nilai *Durbin Watson* (DW) diantara -2 berarti sampai +2, berarti tidak terdapat autokorelasi.
- f) Jika nilai *Durbin Watson* (DW) diatas +2 berarti terdapat autokorelasi negatif.

Tabel 4.17 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	.742 <sup>a</sup>	.612	.588	1.70616	1.967

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai *Durbin Watson* sebesar 1,967. Dengan demikian nilai *Durbin Watson* tersebut berada pada interval antara -2 sampai 2, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linear berganda tersebut tidak terdapat gejala autokorelasi.



Gambar 4.5 Durbin Watson

Berdasarkan jumlah sample  $n = 80$  dan variabel independen  $k = 3$  maka  $dL = 1,5600$  dan  $dU = 1,7153$ . Dan dapat diketahui dari tabel nilai DW adalah 1,967, nilai  $DW > dU$  dan kurang dari  $4 - 1,5600 = 2,440$  sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi.

### c. Uji Statistik

#### 1). Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Fasilitas ( $X_3$ ) secara parsial ataupun individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau produktivitas kerja ( $Y$ ). Dalam menentukan derajat bebas dapat digunakan rumus  $df = n - k = 80 - 3 = 77$

Tabel 4.18 Hasil Uji t

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.560	1.993		.488	.325		
Kualittas_Pelayanan	.471	.187	.497	3.979	.003	.781	1.281
Harga	.628	.106	.608	5.949	.000	.741	1.349
Fasilitas	-.185	.133	-.146	-1.395	.167	.707	1.414

a. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

Pengaruh dari masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien

Hipotesis:

$H_0$  = Bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan

$H_a$  = Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan

Hasil uji t pada variabel Kualitas Pelayanan atau  $X_1$  diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,003. Nilai Sig  $<0,05$  ( $0,003 < 0,05$ ), maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya signifikan yang berarti secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien. Sementara itu variabel Kualitas Pelayanan atau  $X_1$  mempunyai  $t_{hitung}$  yakni 3,979 dengan  $t_{tabel} = 1,664$ . Jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_1$  memiliki kontribusi terhadap Y.

Adapun untuk melihat besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien adalah dengan melihat nilai pada tabel Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Dari tabel di atas diperoleh nilai Beta untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah sebesar 0,497 atau sebesar 49,7%. Artinya besarnya

pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien adalah sebesar 49,7%, nilai tersebut menunjukkan nilai yang positif dan signifikan yang artinya apabila Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan maka Kepuasan Pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani akan mengalami peningkatan, dan berdampak pada peningkatan pengunjung pula. begitu juga sebaliknya.

b) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pasien

Hipotesis:

$H_0$  = Bahwa Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan

$H_a$  = Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan

Hasil uji t pada variabel Harga atau  $X_2$  diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,000. Nilai Sig < 0,05 (0,000 < 0,05), maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, artinya signifikan yang berarti secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien. Sementara itu variabel Harga atau  $X_2$  mempunyai  $t_{hitung}$  yakni 5,949 dengan  $t_{tabel} = 1,664$ . Jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_2$  memiliki kontribusi terhadap Y.

Adapun untuk melihat besarnya pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pasien adalah dengan melihat nilai pada tabel Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Dari tabel di atas diperoleh nilai Beta untuk variabel Religiusitas adalah sebesar 0,608 atau sebesar 60,8%. Artinya besarnya pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pasien adalah sebesar 60,8 %, nilai tersebut menunjukkan nilai yang positif dan signifikan yang artinya apabila Harga sesuai dengan harapan pasien maka Kepuasan Pasien pada Klinik Gokter Gigi Eka Adhayani akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya.

c) Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien

Hipotesis:

$H_0$  = Bahwa Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik dokter Gigi Eka Adhayani Medan

$H_a$  = Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan

Hasil uji t pada variabel Fasilitas atau  $X_3$  diperoleh probabilitas Sig sebesar -0,167. Nilai Sig < 0,05 (-0,167 > 0,05), maka keputusannya adalah  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak, artinya Fasilitas tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien. Sementara itu variabel Fasilitas atau  $X_3$  mempunyai  $t_{hitung}$  yakni 1,395 dengan  $t_{tabel} = 1,664$ . Jadi  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_3$  tidak memiliki kontribusi terhadap Y.

Adapun untuk melihat besarnya pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien adalah dengan melihat nilai pada tabel Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Dari tabel di atas diperoleh nilai Beta untuk variabel Fasilitas adalah sebesar -0,146 atau sebesar 14,6%. Artinya besarnya pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan pasien adalah hanya sebesar 14,6%, nilai tersebut menunjukkan nilai negatif artinya semakin tinggi/berkualitas fasilitas yang dimiliki belum tentu memiliki dampak yang positif atau baik bagi pasien itu sendiri untuk kembali berobat.

## 2). Uji Stimulus (Uji F)

Uji F ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan atau keseluruhan. Adapun hipotesisnya adalah sebagai berikut:

Hipotesis:

$H_0$  = Bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada klinik dokter gigi Eka Adhayani Medan.

$H_a$  = Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada klinik dokter gigi Eka Adhayani Medan.

$H_0$  = Bahwa Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada klinik dokter gigi Eka Adhayani Medan.

$H_a$  = Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada klinik dokter gigi Eka Adhayani Medan.

$H_0$  = Bahwa Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada klinik dokter gigi Eka adhayani Medan..

$H_a$  = Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada klinik dokter gigi Eka Adhayani Medan.

Pengambilan keputusan jika:

- 1)  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya signifikan. Dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05 atau 5%.
- 2) Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya tidak signifikan. Dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05 atau 5%.

Kaidah pengujian signifikansi dengan program SPSS:

- 1) Jika  $0,05 \geq \text{Sig}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya signifikan.
- 2) Jika  $0,05 \leq \text{Sig}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak signifikan.

**Tabel 4.19 Hasil Uji F  
ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	154.752	3	51.584	17.720	.000 <sup>b</sup>
Residual	221.235	76	2.911		
Total	375.988	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualittas Pelayanan, Harga

Dari tabel Anova di peroleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai  $\text{Sig} < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kesimpulannya signifikan artinya bahwa Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan. Adapun cara lain melihat uji F ini dapat membandingkan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df) untuk pembilang (df1) dengan rumus  $df1 = k-1$ . Kemudian menentukan derajat bebas / *degree of freedom* (df) untuk penyebut atau df2 dengan rumus  $df2 = n - k$ . dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah data. Dalam penelitian ini nilai  $k = 4$  dan  $n = 80$ . Maka nilai df1 dalam penelitian ini

adalah  $df_1 = 4 - 1 = 3$  dan  $df_2 = 80 - 3 = 77$ , sehingga dengan melihat nilai pada  $F_{tabel}$  dengan  $df_1 = 3$  dan  $df_2 = 77$  diperoleh nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,72. Selanjutnya membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dari tabel diatas diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 17,720. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $17,720 > 2,72$ ), artinya Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas secara bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan.

### 3). Uji Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi atau  $R^2$  bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen/bebas (variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas) menjelaskan variabel dependen/terikat (Kepuasan Pasien) atau untuk mengetahui besar persentase variasi terikat yang dijelaskan pada variabel bebas.

**Tabel 4.20 Hasil Uji  $R^2$**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.742 <sup>a</sup>	.612	.588	1.70616

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualittas Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,612 atau 61,2%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Fasilitas ( $X_3$ ) mampu menjelaskan variabel dependen yaitu Kepuasan pasien (Y) sebesar 61,2%, sedangkan sisanya sebesar 38,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

**d. Analisis Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.560	1.993		.488	.325		
Kualittas_Pelayanan	.471	.187	.497	3.979	.003	.781	1.281
Harga	.628	.106	.608	5.949	.000	.741	1.349
Fasilitas	-.185	.133	-.146	-1.395	.167	.707	1.414

**Tabel 4.21 Hasil Analisis Linear Berganda**

Berdasarkan tabel di atas, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel *coefficient* pada kolom *unstandardized* dalam kolom B. dalam sub kolom tersebut terdapat nilai *constant* (konstanta), dengan nilai konstanta sebesar 4,560 sedangkan nilai koefisien regresi untuk Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) = 0,471, Harga ( $X_2$ ) = 0,628, dan Fasilitas ( $X_3$ ) = -0,185. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dirumuskan model persamaan regresi berganda dalam penelitian ini yang kemudian akan diinterpretasikan makna dari model persamaan regresi tersebut. Adapun model persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3$$

$$Y = 4,560 + 0,471X_1 + 0,628X_2 - 0,185X_3$$

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 4,560 menyatakan bahwa jika Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas diabaikan atau sama dengan nol, maka Kepuasan Pasien adalah sebesar 4,560.
- 2) Koefisien regresi dari Kualitas Pelayanan adalah sebesar 0,471. Maksudnya adalah bahwa setiap kenaikan tingkat Kualitas Pelayanan sebesar satu poin maka Kepuasan Pasien akan mengalami kenaikan sebesar 0,471. Begitu juga sebaliknya, apabila Kualitas Pelayanan mengalami penurunan sebesar satu poin maka Kepuasan Pasien akan mengalami penurunan sebesar 0,471.
- 3) Koefisien regresi dari Harga adalah sebesar 0,628. Maksudnya adalah bahwa setiap kenaikan tingkat harga sebesar satu poin maka Kepuasan Pasien akan mengalami penurunan sebesar 0,628. Begitu juga sebaliknya, apabila Harga mengalami penurunan sebesar satu poin maka Kepuasan Pasien akan mengalami kenaikan sebesar 0,628.
- 4) Koefisien regresi dari Fasilitas adalah sebesar -0,185. Maksudnya bahwa Fasilitas tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien.

### C. Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil uji regresi berganda, diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan, dan Harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan. Sedangkan variabel Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan.

Untuk melihat pengaruh secara simultan ini dapat dilihat dari hasil uji F. Caranya yaitu dengan membandingkan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df) untuk pembilang (df1) dengan rumus  $df1 = k - 1$ . Kemudian menentukan derajat bebas/*degree of freedom* (df) untuk penyebut atau df2 dengan rumus  $df2 = n - k$ . Dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah data. Dalam penelitian ini  $k = 4$  dan  $n = 80$ . Maka nilai df1 dalam penelitian ini adalah  $df1 = 4 - 1 = 3$ , dan  $df2 = 80 - 3 = 77$ , sehingga dengan melihat nilai pada  $F_{tabel}$  dengan  $df1 = 3$  dan  $df2 = 77$  diperoleh nilai  $F_{tabel}$  dari tabel di atas diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 17,720. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $17,720 > 2,72$ ), artinya Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas secara bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan.

Sedangkan untuk hasil uji koefisien determinan ( $R^2$ ) diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,612 atau 61,2%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas mampu menjelaskan variabel terikat, yaitu Kepuasan Pasien (Y) sebesar 61,2%, sedangkan sisanya 38,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Besarnya nilai koefisien determinasi yang hanya sebesar 61,2% menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam model penelitian ini hanya mampu menjelaskan variabel terikat dalam nilai yang cukup besar. Nilai yang cukup tinggi ini menunjukkan bahwa faktor lain yang tidak dimasukkan menjadi variabel dalam

penelitian ini memiliki kemampuan yang lebih kecil dalam menjelaskan Kepuasan Pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan.

Dari hasil pengujian data di atas, maka diperoleh  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan, besarnya pengaruh kualitas pelayanan tersebut adalah sebesar 47,1%, artinya bahwa setiap kenaikan tingkat Kualitas Pelayanan sebesar satu poin maka Kepuasan Pasien akan mengalami kenaikan sebesar 0,471. Begitu juga sebaliknya, apabila Kualitas Pelayanan mengalami penurunan sebesar satu poin maka Kepuasan Pasien akan mengalami penurunan sebesar 0,471.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan, besarnya pengaruh harga tersebut adalah sebesar 60,8%, artinya bahwa setiap kenaikan tingkat harga sebesar satu poin maka Kepuasan Pasien akan mengalami penurunan sebesar 0,628. Begitu juga sebaliknya, apabila harga sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diharapkan maka Kepuasan Pasien akan mengalami kenaikan sebesar 0,628.
3. Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan, yang ditunjukkan nilai sebesar -0,185 (18,5%) nilai tersebut negatif artinya meskipun semakin tinggi/berkualitas fasilitas yang dimiliki Klinik Dokter gigi Eka Adhayani belum tentu memiliki dampak yang positif atau baik bagi pasien itu sendiri untuk kembali berobat.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka diberikan beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pasien pada Klinik

Dokter Gigi Eka Adhayani Medan. Adapun saran-saran yang diberikan bagi perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Para perawat (tenaga medis) diharapkan meningkatkan pengetahuan mereka tentang perawatan gigi, agar perawat dapat dengan cepat dan baik dalam mengidentifikasi masalah (keluhan) para pasien. Perawat Klinik juga diharapkan meningkatkan lagi kualitas kinerja mereka agar dapat mengatasi/mengobati segala keluhan yang diderita pasien dengan cepat dan tepat waktu sesuai dengan waktu yang ditargetkan.
2. Harga yang ditetapkan Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani sudah terjangkau, namun sebaiknya disesuaikan lagi dengan kualitas yang diterima pasien. Jangan samaratakan harga penanganan dari Dokter dengan Perawat karena beda keahlian. Ketepatan waktu pengobatan juga harus diperhatikan oleh pihak Klinik gigi agar pasien dapat merasa bahwa harga yang pasien keluarkan sudah sesuai dengan hasil yang diterima pasien. Harga-harga di Klinik hendaknya selalu kompetitif dengan Klinik gigi pesaing lainnya sehingga Klinik tidak memiliki harga yang jauh lebih tinggi dibanding harga-harga yang ditawarkan Klinik pesaing.
3. Perawat Klinik sebaiknya memperhatikan kebersihan di Klinik tersebut. Peralatan-peralatan atau barang-barang selalu diperhatikan kebersihannya agar pasien merasa nyaman. Apakah peralatan atau barang yang digunakan masih layak atau tidak digunakan, apabila terdapat kerusakan pada peralatan atau barang maka hendaknya segera diganti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fauziah, Ika Yunia. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2014
- Hakim, Lukman. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Surakarta: Erlangga, 2012
- HR. (Ahmad dan Thobrani) dalam buku *Qardhwi Yusuf. Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: GIP, 1997
- [http://www.islamweb.net/newlibrary/display\\_book.php?idfrom=6&idto=85&bk\\_no=63&ID=7](http://www.islamweb.net/newlibrary/display_book.php?idfrom=6&idto=85&bk_no=63&ID=7) pada masalah Asbabun Nuzul
- Irawan, Hendi. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* cet 1, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2002
- Jasfar, Farida. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005
- . *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offest, 2000
- J Riharjani. *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Sualayan Sebagai Tempat Berbelanja*. Semarang: Jurnal Studi Manajemen Organisasi, 2005
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba, 2000
- Kotler & Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 edisi 8*. Jakarta: Erlangga, 2011
- Kotler Philip dan G Amstrong. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 2 edisi Bhs. Indonesia dari Principles of Marketing*, Jakarta : PT Perlindo
- Kotler, Philip dan Keller. *Manajemen Pemasaran Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga, 2009
- Kotler & Nancy Lee. *Pemasaran di Sektor Publik*. Jakarta: Jaya Cemerlang, 2007
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2001
- dan Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat,
- Manurung, Adler. *Panduan lengkap; Reksa Dana Investasiku*. Jakarta: Kompas, 2007
- Nasution. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004

- Priyatno, Duwi Spss. *Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat*. Yogyakarta: Medikom, 2011
- Rahmani, Bi Ahmad, Nur. *Metode Penelitian Ekonomi*. Medan : Febi UIN SU Press, 2016
- Resito, Herman. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1991
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006
- Soryani. *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008
- Stanton, William. *Prinsip Pemasaran edisi 7 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga. 1998
- Swastha, Basu. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty, 1998
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2003
- \_\_\_\_\_ . *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabata, 2009
- Suharyadi, Purwanto. *Statistic Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat, 2004
- Sukino, Sudono. *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Edisi 3, 2005
- Sumarwan, Ujang. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press, 2012
- Sunyoto, Danang. *Pengukuran Tingkat Pelanggan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013
- Supranto. *Teori Kuesioner dan Analisi Data*. Jakarta: Rineka Cipta, 2001
- Tjiptono dan Diana. *Total Quality Management*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa Edisi Pertama, Cetakan Pertama*. Yogyakarta : Andi, 2006
- \_\_\_\_\_ . *Pemasaran Jasa, Edisi Pertama*. Malang Jawa Timur: Bayu Media, 2001
- \_\_\_\_\_ . *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Salemba Empat, 2005
- \_\_\_\_\_ . *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 1997
- \_\_\_\_\_ dkk. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi, 2008

# LAMPIRAN

## 1. Lampiran A

### Data Kuesioner

#### DATA RESPONDEN

1. Nama Kuesioner : .....
2. Jenis Kelamin
  - Pria
  - Wanita
3. Usia
  - 15-20 Tahun
  - 21-30 Tahun
  - 31-40 Tahun
  - > 40 Tahun
4. Status
  - Menikah
  - Belum Menikah
5. Pekerjaan
  - 15-20 Tahun
  - 21-30 Tahun
  - 31-40 Tahun
  - > 40 Tahun

#### Petunjuk Pengisian:

1. Jawablah masing-masing pernyataan di bawah ini sesuai dengan penilaian Saudara/i mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Medan”.
2. Pilihlah salah satu dari kelima alternatif yang paling sesuai, dengan cara memberi tanda checklist (√) pada salah satu kolom jawaban yang tersedia.
3. Keterangan jawaban:
  - (SS) Sangat Setuju
  - (S) Setuju
  - (KS) Kurang Setuju
  - (TS) Tidak Setuju
  - (STS) Sangat Tidak Setuju

### 1. Kualitas Pelayanan

No	PERNYATAAN	ALTERNATIVE JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Ketepatan dan kecepatan dokter dan perawat pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani dalam melayani pasien					
2	Keramahan dan kesopanan dokter dan perawat pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani dalam memberikan pelayanan terhadap pasien					
3	Pengetahuan, kehandalan/professional dan keterampilan dokter dan perawat pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani dalam melayani pasien					
4	Kepedulian dan perhatian dokter dan perawat pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani terhadap masalah atau keluhan pasien					

### 2. Variabel Harga

No	PERNYATAAN	ALTERNATIVE JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga yang ditentukan Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani sesuai dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan					
2.	Harga yang diberikan Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani bersaing dengan klinik gigi lainnya					
3.	Harga yang diberikan Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani sesuai dengan kemampuan daya beli (terjangkau)					

4.	Harga yang diberikan Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani sesuai dengan manfaat dan nilai yang diperoleh					
----	---	--	--	--	--	--

### 3. Variabel Fasilitas

No	PERNYATAAN	ALTERNATIVE JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Peralatan medis dan non medis yang tersedia di Klinik Gigi Eka Adhayani lengkap					
2.	Ruang tunggu dan pemeriksaan/pengobatan Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani nyaman, bersih dan rapi					
3.	Kondisi fasilitas Klinik Gigi Eka Adhayani sangat nyaman sangat baik					
4.	Fasilitas yang dimiliki Klinik Gigi Eka Adhayani menunjang kepuasan					

### 4. Variabel Kepuasan Pasien

No	PERNYATAAN	ALTERNATIVE JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasa puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani					
2.	Saya merasa puas dengan harga-harga yang ditawarkan Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani					
3.	Merasa cocok pada pengobatan di Klinik Dokter gigi Eka AdhayaniSaya merasa puas (bangga) yang ditawarkan produk Klinik					

	Dokter Gigi Eka Adhayani sebagai klinik gigi pilihan utama saya					
4.	Keinginan untuk menggunakan jasa Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani dan mengatakan hal positif kepada masyarakat					

## 2. Lampiran B

### Tabulasi Kuesioner

Kualitas Pelayanan						Harga					
No	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	Jml	No	HG 1	HG 2	HG3	HG 4	Jml
1	4	4	4	4	16	1	4	4	3	3	14
2	2	2	2	2	8	2	4	4	4	2	14
3	2	2	2	2	8	3	4	4	4	4	16
4	2	2	2	2	8	4	4	4	4	4	16
5	4	4	3	3	14	5	3	3	3	2	11
6	4	4	4	4	16	6	5	5	5	5	20
7	4	4	4	3	15	7	4	3	5	4	16
8	4	4	4	4	16	8	5	5	4	5	19
9	4	4	3	3	14	9	5	3	4	3	15
10	4	4	4	4	16	10	4	4	3	4	15
11	4	4	4	4	16	11	5	4	4	4	17
12	4	4	3	3	14	12	4	4	3	3	14
13	4	3	3	3	13	13	4	4	3	3	14

<b>14</b>	4	4	3	4	15	<b>14</b>	4	4	3	3	14
<b>15</b>	4	4	3	3	14	<b>15</b>	4	4	4	3	15
<b>16</b>	4	4	5	3	16	<b>16</b>	4	4	4	3	15
<b>17</b>	4	4	4	3	15	<b>17</b>	4	4	3	3	14
<b>18</b>	5	5	4	4	18	<b>18</b>	5	4	4	3	16
<b>19</b>	2	2	2	3	9	<b>19</b>	4	4	3	3	14
<b>20</b>	4	5	5	5	19	<b>20</b>	5	4	4	3	16
<b>21</b>	4	4	3	3	14	<b>21</b>	5	5	5	5	20
<b>22</b>	5	5	4	4	18	<b>22</b>	5	4	4	3	16
<b>23</b>	3	4	4	3	14	<b>23</b>	3	3	4	2	12
<b>24</b>	3	3	3	3	12	<b>24</b>	5	4	3	4	16
<b>25</b>	4	5	4	5	18	<b>25</b>	5	5	5	4	19
<b>26</b>	4	3	3	3	13	<b>26</b>	4	4	4	4	16
<b>27</b>	3	3	2	3	11	<b>27</b>	3	3	3	3	12
<b>28</b>	2	2	2	2	8	<b>28</b>	3	3	3	3	12
<b>29</b>	4	4	5	4	17	<b>29</b>	4	4	3	4	15
<b>30</b>	4	4	3	3	14	<b>30</b>	5	4	4	3	16
<b>31</b>	4	4	3	4	15	<b>31</b>	4	3	2	3	12
<b>32</b>	5	4	4	4	17	<b>32</b>	5	5	5	2	17
<b>33</b>	3	3	2	1	9	<b>33</b>	1	4	2	4	11
<b>34</b>	5	5	5	4	19	<b>34</b>	5	5	5	5	20
<b>35</b>	3	3	2	4	12	<b>35</b>	2	4	1	3	10
<b>36</b>	5	5	5	5	20	<b>36</b>	5	5	5	5	20
<b>37</b>	4	5	4	4	17	<b>37</b>	5	5	5	5	20

<b>38</b>	4	4	4	4	16	<b>38</b>	5	3	3	4	15
<b>39</b>	4	5	4	5	18	<b>39</b>	5	5	3	4	17
<b>40</b>	4	4	4	3	15	<b>40</b>	5	5	4	4	18
<b>41</b>	4	4	4	4	16	<b>41</b>	4	4	3	3	14
<b>42</b>	4	5	5	4	18	<b>42</b>	4	4	3	3	14
<b>43</b>	5	4	4	4	17	<b>43</b>	4	4	3	4	15
<b>44</b>	4	4	4	4	16	<b>44</b>	5	4	3	3	15
<b>45</b>	5	5	3	3	16	<b>45</b>	5	4	3	3	15
<b>46</b>	5	5	5	5	20	<b>46</b>	4	4	4	4	16
<b>47</b>	4	4	4	3	15	<b>47</b>	4	4	3	4	15
<b>48</b>	4	4	3	3	14	<b>48</b>	4	3	3	3	13
<b>49</b>	4	4	4	4	16	<b>49</b>	4	4	4	3	15
<b>50</b>	4	4	4	4	16	<b>50</b>	5	2	3	3	13
<b>51</b>	4	4	4	4	16	<b>51</b>	4	4	4	4	16
<b>52</b>	4	4	4	4	16	<b>52</b>	4	4	4	3	15
<b>53</b>	4	4	4	4	16	<b>53</b>	4	4	4	4	16
<b>54</b>	3	4	4	4	15	<b>54</b>	4	4	3	3	14
<b>55</b>	4	4	4	4	16	<b>55</b>	4	4	3	3	14
<b>56</b>	4	4	4	4	16	<b>56</b>	4	4	3	3	14
<b>57</b>	4	4	4	4	16	<b>57</b>	4	4	4	4	16
<b>58</b>	4	4	4	4	16	<b>58</b>	4	4	4	4	16
<b>59</b>	4	4	4	4	16	<b>59</b>	4	4	3	3	14
<b>60</b>	4	4	4	4	16	<b>60</b>	4	4	4	3	15
<b>61</b>	4	4	4	3	15	<b>61</b>	4	4	3	4	15

<b>62</b>	4	4	4	4	16	<b>62</b>	4	4	3	3	14
<b>63</b>	4	4	4	4	16	<b>63</b>	4	4	3	3	14
<b>64</b>	4	4	4	4	16	<b>64</b>	4	4	3	4	15
<b>65</b>	4	4	4	4	16	<b>65</b>	4	3	3	3	13
<b>66</b>	4	4	4	4	16	<b>66</b>	4	3	3	3	13
<b>67</b>	4	4	4	4	16	<b>67</b>	5	4	4	4	17
<b>68</b>	4	4	4	4	16	<b>68</b>	5	4	4	4	17
<b>69</b>	4	4	4	4	16	<b>69</b>	4	4	3	4	15
<b>70</b>	4	4	4	4	16	<b>70</b>	4	3	3	3	13
<b>71</b>	4	4	4	4	16	<b>71</b>	4	4	4	4	16
<b>72</b>	4	4	4	4	16	<b>72</b>	3	3	3	3	12
<b>73</b>	4	4	4	4	16	<b>73</b>	4	4	4	4	16
<b>74</b>	4	4	4	4	16	<b>74</b>	4	3	3	3	13
<b>75</b>	4	4	4	4	16	<b>75</b>	4	3	3	3	13
<b>76</b>	4	4	4	4	16	<b>76</b>	4	4	3	3	14
<b>77</b>	4	4	4	4	16	<b>77</b>	4	4	3	4	15
<b>78</b>	4	4	4	4	16	<b>78</b>	4	4	3	4	15
<b>79</b>	4	4	4	4	16	<b>79</b>	4	3	3	3	13
<b>80</b>	4	4	4	4	16	<b>80</b>	4	4	4	3	15

Fasilitas						Kepuasan Pasien					
No	FS 1	FS 2	FS 3	FS 4	Jml	No	KPS 1	KPS 2	KPS 3	KPS 4	Jml
<b>1</b>	3	3	4	3	13	<b>1</b>	3	3	3	4	13
<b>2</b>	4	4	4	4	16	<b>2</b>	3	3	3	2	11
<b>3</b>	4	4	4	4	16	<b>3</b>	3	3	3	3	12
<b>4</b>	4	4	4	4	16	<b>4</b>	3	4	3	3	13
<b>5</b>	4	3	4	4	15	<b>5</b>	2	3	2	2	9
<b>6</b>	5	5	5	5	20	<b>6</b>	4	4	4	4	16
<b>7</b>	3	3	4	5	15	<b>7</b>	4	4	4	4	16
<b>8</b>	4	3	5	5	17	<b>8</b>	4	3	4	4	15
<b>9</b>	4	3	4	4	15	<b>9</b>	4	3	4	3	14
<b>10</b>	4	4	3	4	15	<b>10</b>	3	3	4	4	14
<b>11</b>	4	4	4	5	17	<b>11</b>	4	3	4	4	15
<b>12</b>	4	4	3	3	14	<b>12</b>	4	4	3	3	14
<b>13</b>	4	4	4	4	16	<b>13</b>	3	3	4	3	13
<b>14</b>	5	5	4	4	18	<b>14</b>	4	3	4	3	14
<b>15</b>	4	4	4	4	16	<b>15</b>	4	4	4	4	16
<b>16</b>	4	4	4	4	16	<b>16</b>	4	4	3	3	14
<b>17</b>	4	4	4	4	16	<b>17</b>	4	4	4	4	16
<b>18</b>	4	4	4	4	16	<b>18</b>	3	4	3	3	13
<b>19</b>	4	4	4	4	16	<b>19</b>	3	3	3	3	12
<b>20</b>	4	4	5	5	18	<b>20</b>	4	4	4	4	16
<b>21</b>	4	4	4	4	16	<b>21</b>	4	3	3	4	14

<b>22</b>	5	4	4	4	17	<b>22</b>	3	2	5	4	14
<b>23</b>	3	4	3	4	14	<b>23</b>	3	3	4	3	13
<b>24</b>	5	3	5	5	18	<b>24</b>	3	4	4	4	15
<b>25</b>	4	4	4	4	16	<b>25</b>	4	4	4	4	16
<b>26</b>	4	4	4	4	16	<b>26</b>	5	4	4	4	17
<b>27</b>	4	3	3	4	14	<b>27</b>	2	2	2	2	8
<b>28</b>	4	4	4	4	16	<b>28</b>	2	2	3	3	10
<b>29</b>	4	4	4	3	15	<b>29</b>	4	3	4	4	15
<b>30</b>	4	4	4	4	16	<b>30</b>	3	3	4	3	13
<b>31</b>	4	4	4	4	16	<b>31</b>	3	3	3	3	12
<b>32</b>	4	5	4	4	17	<b>32</b>	4	4	5	5	18
<b>33</b>	4	4	4	4	16	<b>33</b>	4	4	4	4	16
<b>34</b>	5	5	5	5	20	<b>34</b>	4	5	4	5	18
<b>35</b>	3	3	4	3	13	<b>35</b>	2	2	3	2	9
<b>36</b>	5	5	5	5	20	<b>36</b>	5	5	5	5	20
<b>37</b>	5	5	5	5	20	<b>37</b>	4	4	5	4	17
<b>38</b>	5	4	4	5	18	<b>38</b>	3	3	4	4	14
<b>39</b>	5	4	4	5	18	<b>39</b>	3	3	4	4	14
<b>40</b>	4	4	4	4	16	<b>40</b>	4	4	4	4	16
<b>41</b>	4	4	4	5	17	<b>41</b>	4	4	3	3	14
<b>42</b>	4	5	5	5	19	<b>42</b>	4	3	3	3	13
<b>43</b>	4	5	4	4	17	<b>43</b>	3	3	3	4	13
<b>44</b>	5	5	5	5	20	<b>44</b>	2	3	3	3	11
<b>45</b>	4	4	4	5	17	<b>45</b>	4	3	4	4	15

<b>46</b>	5	5	5	5	20	<b>46</b>	4	4	4	4	16
<b>47</b>	5	5	4	5	19	<b>47</b>	4	3	3	4	14
<b>48</b>	4	4	4	4	16	<b>48</b>	3	3	4	3	13
<b>49</b>	5	5	5	5	20	<b>49</b>	2	3	3	3	11
<b>50</b>	4	4	4	4	16	<b>50</b>	3	4	4	3	14
<b>51</b>	5	5	4	5	19	<b>51</b>	2	2	3	4	11
<b>52</b>	4	4	4	5	17	<b>52</b>	4	4	4	4	16
<b>53</b>	4	4	4	4	16	<b>53</b>	2	2	3	4	11
<b>54</b>	4	4	4	4	16	<b>54</b>	3	3	3	4	13
<b>55</b>	5	5	5	5	20	<b>55</b>	2	3	3	4	12
<b>56</b>	4	4	4	4	16	<b>56</b>	3	3	3	3	12
<b>57</b>	4	4	4	5	17	<b>57</b>	4	2	4	4	14
<b>58</b>	5	5	5	5	20	<b>58</b>	2	3	3	4	12
<b>59</b>	4	4	4	3	15	<b>59</b>	2	3	3	4	12
<b>60</b>	4	4	4	4	16	<b>60</b>	3	3	3	4	13
<b>61</b>	4	4	4	4	16	<b>61</b>	3	3	3	3	12
<b>62</b>	5	4	4	5	18	<b>62</b>	2	2	3	3	10
<b>63</b>	4	4	4	4	16	<b>63</b>	2	3	4	4	13
<b>64</b>	4	4	4	5	17	<b>64</b>	3	3	3	4	13
<b>65</b>	4	4	5	5	18	<b>65</b>	1	2	2	3	8
<b>66</b>	4	4	4	4	16	<b>66</b>	3	3	3	4	13
<b>67</b>	5	4	4	5	18	<b>67</b>	3	3	4	4	14
<b>68</b>	5	4	4	5	18	<b>68</b>	3	3	4	4	14
<b>69</b>	4	5	4	5	18	<b>69</b>	2	2	4	4	12

<b>70</b>	4	4	4	4	16	<b>70</b>	2	2	3	4	11
<b>71</b>	5	5	5	5	20	<b>71</b>	2	3	3	4	12
<b>72</b>	4	4	4	5	17	<b>72</b>	3	3	3	4	13
<b>73</b>	4	5	5	5	19	<b>73</b>	3	3	4	4	14
<b>74</b>	4	4	4	4	16	<b>74</b>	3	3	3	4	13
<b>75</b>	4	4	4	5	17	<b>75</b>	3	3	3	4	13
<b>76</b>	4	4	5	5	18	<b>76</b>	3	3	3	4	13
<b>77</b>	4	4	5	5	18	<b>77</b>	3	3	4	4	14
<b>78</b>	4	5	5	5	19	<b>78</b>	3	3	4	4	14
<b>79</b>	4	4	4	4	16	<b>79</b>	3	3	4	4	14
<b>80</b>	4	4	4	4	16	<b>80</b>	3	3	4	4	14

### 3. Lampiran C

#### Hasil Olah Data SPSS

#### Frequencies

<b>Statistics</b>				
	Jenis_ Kelamin	Usia	Status	Pekerjaan
Valid	80	80	80	80
Missing	0	0	0	0

## Frequencies Karakteristik

### Jenis\_Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	19	23.8	23.8	23.8
Valid Perempuan	61	76.3	76.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

### Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
15-20 Tahun	13	16.3	16.3	20.0
21-30 Tahun	55	68.8	68.8	88.8
Valid 31-40 Tahun	9	11.3	11.3	11.3
>40 Tahun	3	3.8	3.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

### Status

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Belum Menikah	61	76.3	76.3	76.3
Valid Sudah Menikah	19	23.8	23.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

### Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pelajar	44	55.0	55.0	57.5
Pns	2	2.5	2.5	60.0
Valid Swasta	13	16.3	16.3	76.3
Wirausaha	19	23.8	23.8	23.8
Lainnya	2	2.5	2.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

## Reliability

### Kualitas Pelayanan (X1)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	80	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP.1	26.5750	19.893	.834	.807
KP.2	26.5375	19.264	.904	.793
KP.3	26.7500	18.823	.867	.788
KP.4	26.8000	19.428	.811	.801
Kualitas_Pelayanan	15.2375	6.285	1.000	.911

**Harga (X2)****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	80	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HG.1	25.8875	13.924	.650	.767
HG.2	26.1500	14.332	.678	.772
HG.3	26.5500	13.187	.731	.745
HG.4	26.5875	13.967	.630	.770
Harga	15.0250	4.455	1.000	.750

**Fasilitas (X3)****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	80	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
FS.1	29.6250	9.326	.727	.774
FS.2	29.6875	9.205	.679	.775
FS.3	29.6375	9.424	.705	.779
FS.4	29.4375	8.857	.733	.760
Fasilitas	16.9125	2.967	1.000	.790

**Kepuasan Pasien (Y)****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	80	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.808	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KEP.1	23.8250	13.615	.794	.739
KEP.2	23.8125	14.863	.704	.772
KEP.3	23.4500	14.934	.725	.771
KEP.4	23.3250	15.665	.587	.796
Kepuasan_Pasien	13.4875	4.759	1.000	.783

## Frequency Table

### Kualitas Pelayanan (X1)

#### KP.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	5	6.3	6.3	6.3
3.00	6	7.5	7.5	13.8
Valid 4.00	61	76.3	76.3	90.0
5.00	8	10.0	10.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

#### KP.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	5	6.3	6.3	6.3
3.00	6	7.5	7.5	13.8
Valid 4.00	58	72.5	72.5	86.3
5.00	11	13.8	13.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

#### KP.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	8	10.0	10.0	10.0
3.00	13	16.3	16.3	26.3
Valid 4.00	52	65.0	65.0	91.3
5.00	7	8.8	8.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

#### KP.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	1	1.3	1.3	1.3
Valid 2.00	4	5.0	5.0	6.3
3.00	20	25.0	25.0	31.3

	4.00	50	62.5	62.5	93.8
	5.00	5	6.3	6.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

### Harga (X2)

#### HG.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.3	1.3	1.3
2.00	1	1.3	1.3	2.5
3.00	5	6.3	6.3	8.8
4.00	50	62.5	62.5	71.3
5.00	23	28.8	28.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

#### HG.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	1	1.3	1.3	1.3
3.00	16	20.0	20.0	21.3
4.00	53	66.3	66.3	87.5
5.00	10	12.5	12.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

#### HG.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.3	1.3	1.3
2.00	2	2.5	2.5	3.8
3.00	41	51.3	51.3	55.0
4.00	28	35.0	35.0	90.0
5.00	8	10.0	10.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

**HG.4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	4	5.0	5.0	5.0
3.00	41	51.3	51.3	56.3
Valid 4.00	29	36.3	36.3	92.5
5.00	6	7.5	7.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

**Fasilitas (X3)****FS.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3.00	4	5.0	5.0	5.0
Valid 4.00	56	70.0	70.0	75.0
5.00	20	25.0	25.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

**FS.2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3.00	8	10.0	10.0	10.0
Valid 4.00	53	66.3	66.3	76.3
5.00	19	23.8	23.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

**FS.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3.00	4	5.0	5.0	5.0
Valid 4.00	57	71.3	71.3	76.3
5.00	19	23.8	23.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

**FS.4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	5	6.3	6.3	6.3
4.00	39	48.8	48.8	55.0
5.00	36	45.0	45.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

**Kepuasan Pasien (Y)****KEP.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.3	1.3	1.3
2.00	16	20.0	20.0	21.3
3.00	35	43.8	43.8	65.0
4.00	26	32.5	32.5	97.5
5.00	2	2.5	2.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

**KEP.2**

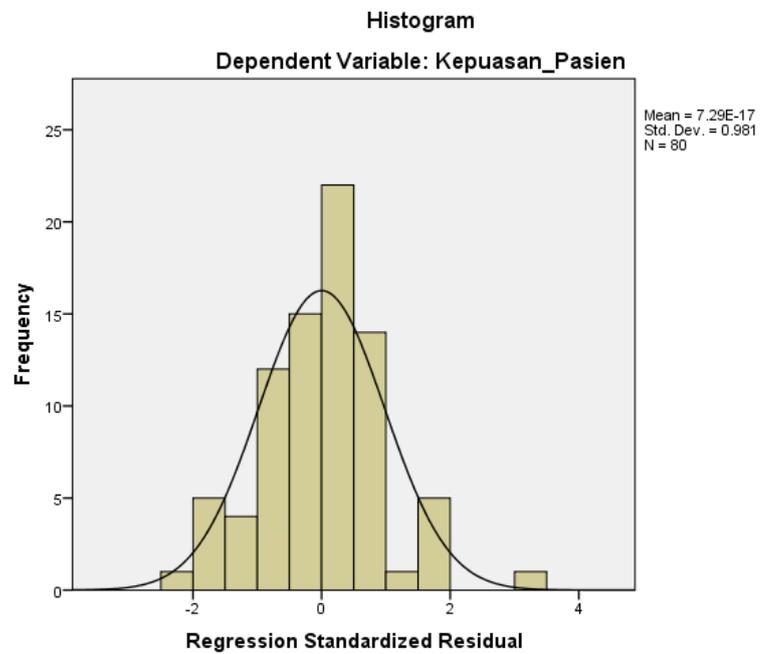
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	11	13.8	13.8	13.8
3.00	47	58.8	58.8	72.5
4.00	20	25.0	25.0	97.5
5.00	2	2.5	2.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

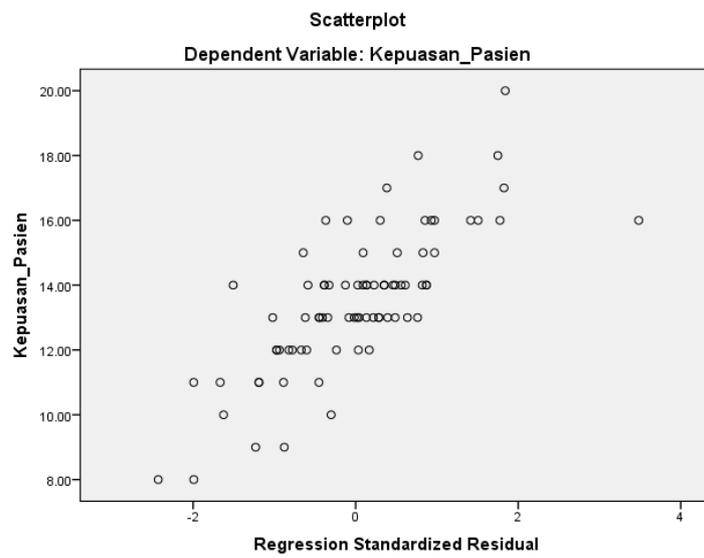
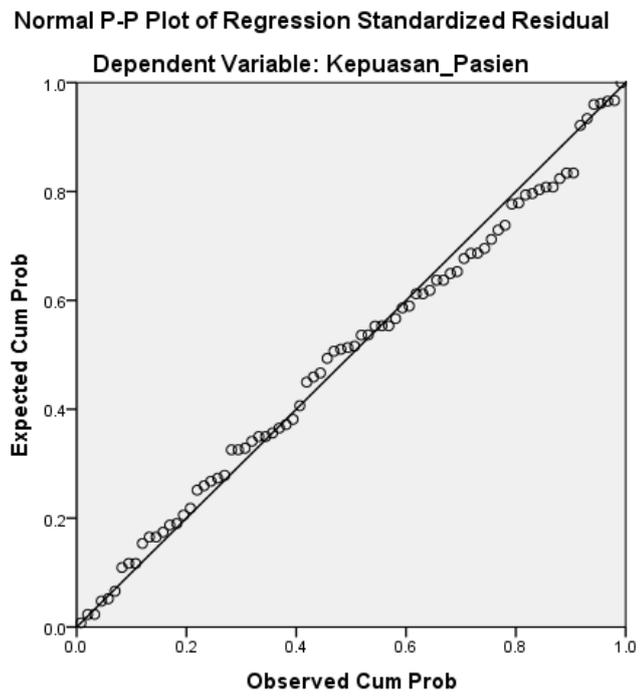
**KEP.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	3	3.8	3.8	3.8
3.00	36	45.0	45.0	48.8
4.00	37	46.3	46.3	95.0
5.00	4	5.0	5.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

**KEP.4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	4	5.0	5.0	5.0
3.00	23	28.8	28.8	33.8
Valid 4.00	50	62.5	62.5	96.3
5.00	3	3.8	3.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	





**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Kualitas_Pelayanan	Harga	Fasilitas	Kepuasan_Pasien	Unstandardized Residual
N		80	80	80	80	80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	15.2375	15.0250	16.9125	13.4875	0E-7
	Std. Deviation	2.50692	2.11070	1.72248	2.18159	1.67345299
	Absolute	.282	.160	.214	.157	.074
Most Extreme Differences	Positive	.218	.160	.214	.157	.074
	Negative	-.282	-.114	-.161	-.137	-.047
Kolmogorov-Smirnov Z		2.522	1.427	1.917	1.405	.659
Asymp. Sig. (2-tailed)		.061	.072	.068	.088	.777

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
		1	(Constant)	4.560				
	Kualitas_Pelayanan	.471	.187	.497	3.979	.003	.781	1.281
	Harga	.628	.106	.608	5.949	.000	.741	1.349
	Fasilitas	-.185	.133	-.146	-1.395	.167	.707	1.414

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pasien

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.742 <sup>a</sup>	.612	.588	1.70616	1.967

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas\_Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan\_Pasien

## Uji Statistik

### Uji T

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.560	1.993		.488	.325
	Kualitas_Pelayanan	.471	.187	.497	3.979	.003
	Harga	.628	.106	.608	5.949	.000
	Fasilitas	-.185	.133	-.146	-1.395	.167

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pasien

### Uji F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	154.752	3	51.584	17.720	.000 <sup>b</sup>
	Residual	221.235	76	2.911		
	Total	375.988	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pasien

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas\_Pelayanan, Harga

### Uji Determinasi R Square ( $R^2$ )

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742 <sup>a</sup>	.612	.588	1.70616

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas\_Pelayanan, Harga

## Correlations

### Kualitas Pelayanan (X1)

		Correlations				
		KP.1	KP.2	KP.3	KP.4	Kualitas_P elayanan
KP.1	Pearson Correlation	1	.845**	.686**	.603**	.872**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
KP.2	Pearson Correlation	.845**	1	.770**	.701**	.928**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
KP.3	Pearson Correlation	.686**	.770**	1	.729**	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80
KP.4	Pearson Correlation	.603**	.701**	.729**	1	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80
Kualitas_Pelayanan	Pearson Correlation	.872**	.928**	.902**	.858**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80

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

### Harga (X2)

		Correlations				
		HG.1	HG.2	HG.3	HG.4	Harga
HG.1	Pearson Correlation	1	.365**	.556**	.304**	.741**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.006	.000
	N	80	80	80	80	80
HG.2	Pearson Correlation	.365**	1	.464**	.519**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
HG.3	Pearson Correlation	.556**	.464**	1	.385**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80
HG.4	Pearson Correlation	.304**	.519**	.385**	1	.726**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000		.000

N		80	80	80	80	80
Pearson Correlation		.741**	.752**	.810**	.726**	1
Harga	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N		80	80	80	80	80

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

### **Fasilitas (X3)**

#### **Correlations**

		FS.1	FS.2	FS.3	FS.4	Fasilitas
FS.1	Pearson Correlation	1	.556**	.439**	.521**	.793**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
FS.2	Pearson Correlation	.556**	1	.438**	.395**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
FS.3	Pearson Correlation	.439**	.438**	1	.586**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80
FS.4	Pearson Correlation	.521**	.395**	.586**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80
Fasilitas	Pearson Correlation	.793**	.763**	.775**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80

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

**Kepuasan Pasien (Y)****Correlations**

		KEP.1	KEP.2	KEP.3	KEP.4	Kepuasan_Pasi en
KEP.1	Pearson Correlation	1	.685**	.563**	.346**	.858**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000
	N	80	80	80	80	80
KEP.2	Pearson Correlation	.685**	1	.401**	.306**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.006	.000
	N	80	80	80	80	80
KEP.3	Pearson Correlation	.563**	.401**	1	.535**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80
KEP.4	Pearson Correlation	.346**	.306**	.535**	1	.678**
	Sig. (2-tailed)	.002	.006	.000		.000
	N	80	80	80	80	80
Kepuasan_Pasien	Pearson Correlation	.858**	.778**	.792**	.678**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80