

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN PADA PUSKESMAS WULUHAN**

PUGUH BACHTIAR  
1310411124

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan Pasien pada puskesmas wuluhan. Populasi dalam penelitian adalah semua pasien yang datang dimana jumlah pasien yang sangat banyak maka dilakukan pengambilan sampel, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 110 orang. tehnik pengambilan sampel menggunakan teknik accidental sampling. Dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pasien. 2) kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

**Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Pasien**

## **I. PENDAHULUAN**

Masyarakat atau publik pada umumnya sangat bersentuhan dengan pelayanan untuk memperoleh barang ataupun jasa dalam kehidupannya karena tiap individu merupakan makhluk sosial. Dari konsep publik dalam lima perspektif sesuai dengan teori H. George Frederickson tersebut peneliti ingin meneliti dari sudut pandang bahwa publik sebagai konsumen yang mempunyai hak yang

sama dalam memperoleh pelayanan publik yang sesuai dan dipenuhi secara rasional, efektif serta efisien. Pada dasarnya pelayanan merupakan kegiatan interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain dan menyediakan kepuasan pelanggan. Sedangkan pengertian dan pelayanan publik itu sendiri adalah aktifitas atau manfaat yang diberikan oleh penyedia layanan yaitu organisasi kepada

konsumen sebagai penerima layanan yang bersifat tidak berwujud dan tidak dimiliki.

Menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (KepMen PAN) Nomor 58 Tahun 2002 yang menyatakan ada tiga jenis pelayanannya itu pelayanan administratif, pelayanan barang, pelayanan jasa yang diberikan oleh penyedia layanan dalam instan di BUMN atau BUMD. Salah satu layanan yang penting untuk masyarakat adalah layanan kesehatan. Sebab pada dasarnya setiap orang membutuhkan tubuh yang sehat dalam menjalankan setiap aktifitasnya sehingga mereka dapat melakukan kegiatannya dengan baik. Maka dari itu dibutuhkan layanan kesehatan yang optimal dan jaminan kepercayaan agar masyarakat mendapat hasil yang memuaskan. Sektor jasa telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, seperti yang terjadi pada industri jasa Perhotelan, Asuransi, Perbankan, Penerbangan, Pariwisata dan Telekomunikasi. Demikian pula pada industri jasa kesehatan, apakah itu

Rumah Sakit maupun Puskesmas, agar usaha tersebut bisa hidup dan berkembang diperlukan pengetahuan tentang pelayanan yang baik dan kepercayaan dari pasien.

Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan jasa karena akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan muncul apabila kualitas pelayanannya baik. Zheithalm, *et. al* dalam Ariani (2009:180) membagi kualitas pelayanan yang baik dalam lima dimensi SERVQUAL, yaitu : *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) dan *Empathy* (perhatian yang bersifat individu).

Suatu perusahaan akan memenangkan persaingan bila dapat menciptakan nilai dan memberi kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian barang atau jasa yang berkualitas. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta nilai kualitas jasa yang diharapkan oleh konsumen sangat ditentukan oleh kualitas pelayanan. Menurut Sureshchandar dalam Yunus

Nek Kamal Yeop. *et. al* (2009:67), pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya pelanggan atau bahkan hilang karena pelanggan berpindah ke jasa layanan lain, sehingga tidak ada sedikitpun keraguan mengenai arti penting dari pelayanan yang berkualitas sebagai tujuan akhir dari penyedia layanan di seluruh dunia.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1.1 Pengertian Pemasaran**

Pemasaran adalah proses sosial yang dengan kriteria individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2005). Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli

asaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Manajemen adalah proses perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*) dan pengawasan. Jadi dapat diartikan bahwa manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan pemasaran.

### **2.1.2 Pengertian Produk Jasa**

Dalam pemasaran terdapat dua macam pemasaran, yaitu pemasaran produk dan pemasaran jasa. Pemasaran pada mulanya berkembang dari penjualan produk fisik, sementara itu pertumbuhan jasa yang luar biasa mendorong timbulnya perhatian pada industri jasa. Menurut Philip Kotler yang dikutip oleh Ratih Hurriyati (2010:27) menyatakan bahwa jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan oleh satu pihak

kepada pihak lain, yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan. Sedangkan menurut Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo. Bitner yang dikutip dan dialih bahasa oleh Alma dalam bukunya Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (2007:243) jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi secara bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud.

### **2.1.3 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan. Dalam perspektif TQM (*Total Quality Management*) kualitas dipandang secara luas, yaitu tidak hanya aspek hasil yang ditekankan, tetapi juga meliputi proses,

lingkungan dan manusia. Hal ini jelas tampak dalam definisi yang dirumuskan oleh Goeth dan Davis yang dikutip Tjiptono (2012:51) bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sebaliknya, definisi kualitas yang bervariasi dari yang kontroversial hingga kepada yang lebih strategis.

### **2.1.4 Indikator Kualitas Pelayanan**

Nyeck dalam Munusamy Jayaraman, *et. al*, (2010:400) menyatakan, "*the SERVQUAL measuring tool remains as the most complete attempt to conceptualize and measure service quality.*" Alat ukur SERVQUAL tetap sebagai konsep yang paling lengkap untuk mengukur kualitas layanan.

Zheithalm, *et. al* dalam Ariani (2009:180) kualitas pelayanan dapat diukur dengan menggunakan lima indikator dimensi pokok yang dikenal dengan SERVQUAL (*service quality*) yang terdiri dari:

1. Bukti langsung (*tangibles*)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan. Diantaranya meliputi fasilitas fisik (gedung, buku, rak buku, meja dan kursi, dan sebagainya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawai.

2. Keandalan (*reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

3. Daya tanggap (*responsiveness*)

Yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Mengabaikan dan membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4. Jaminan (*assurance*)

Yaitu pengetahuan, kesopanan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen,

5. Empati (*empathy*)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

**2.1.5 Pengertian Kepercayaan**

Morgan dan Hunt dalam Akbar Mohammad Muzahid, *et. al*, (2009:26) mendefinisikan kepercayaan sebagai suatu kondisi dimana salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran yakin dengan keandalan dan Integritas pihak yang lain. Dengan kata lain kepercayaan tersebut timbul karena ada keyakinan bahwa pihak yang terlibat dalam pertukaran akan memberikan kualitas yang konsisten, jujur, dan bertanggung jawab. Keyakinan ini akan menimbulkan hubungan baik antara pihak yang terlibat pertukaran. Sedangkan Anderson dan Narus dalam Akbar Mohammad Muzahid, *et. al*, (2009:26) menyimpulkan jika salah satu pihak percaya bahwa tindakan pihak lain akan membawa hasil positif untuk pihak pertama, kepercayaan dapat dikembangkan.

#### **2.1.6 Pengertian Kepuasan**

Menurut Kotler yang dikutip kembali oleh Fandy Tjiptono (2012:312) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

#### **HOPOTESIS**

**H<sub>1</sub>: Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di Puskesmas Wuluhan.**

**H<sub>2</sub>: Ada pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pasien di Puskesmas Wuluhan.**

#### **3. METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan *sampling* yang digunakan adalah *non probability sampling*, elemen populasi dipilih atas dasar availabilitasnya (misalnya karena mereka memang dengan sukarela mau menjadi responden) atau karena

pertimbangan pribadi peneliti bahwa mereka dapat mewakili populasi.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *accidental sampling*. Dimana peneliti memilih siapa saja yang kebetulan ada atau dijumpai untuk dijadikan sampel.

### 3.1.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2008:115) populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dari penelitian ini adalah pasien di Puskesmas Wuluhan.

### 3.1.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008:118). Dalam penelitian ini jumlah populasinya tidak diketahui, untuk itu peneliti menggunakan rumus iterasi dalam menentukan jumlah sampel. Penentuan ukuran sampel menurut Sitepu dapat ditempuh melalui beberapa tahap perhitungan. Langkah

pertama menentukan perkiraan harga koefisien korelasi ( $\rho$ ) terkecil antara variabel bebas dan terikat. Kedua menentukan tarif nyata ( $\alpha$ ), kuasa uji ( $1-\beta$ ), setelah itu baru menentukan sampel secara interaktif.

Pada iterasi pertama menggunakan rumus:

$$n = \left[ \frac{(Z_1 - \alpha + Z_1 - \beta)^2}{(U\rho)^2} + 3 \right]$$

Dimana

$$U\rho = 1/2 \text{ Ln} \left[ \frac{1+\rho}{1-\rho} \right]$$

$(Z_1 - \alpha + Z_1 - \beta)^2$  merupakan konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal. Pada iterasi kedua menggunakan rumus :

$$n = \left[ \frac{(Z_1 - \alpha + Z_1 - \beta)^2}{(U\rho)^2} + 3 \right]$$

Keterangan:

$Z_1 - \alpha$  = Konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal.

$Z_1 - \beta$  = Konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal.

Sedangkan,

$$U\rho = 1/2 \text{ Ln} \left[ \frac{1+\rho}{1-\rho} \right]$$

Apabila ukuran sampel minimal pada iterasi pertama dan kedua harganya sama dengan bilangan

satunya, maka iterasi dapat dihentikan. Jika iterasi pertama dan kedua nilainya berbeda, maka perlu dilakukan iterasi ketiga dengan menggunakan rumus seperti pada iterasi kedua.

### 3.6 Metode Analisis Data

#### 3.6.1 Uji Validitas

Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur (Ferdinand, 2006). Menurut Sugiyono (2007). Uji validitas biasanya digunakan dengan menghitung korelasi antara setiap skor butir instrumen dengan skor total. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini (*content validity*) menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur (Ferdinand, 2006). Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas butir angket adalah :

- 1) Jika  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka variabel tersebut valid.
- 2) Jika  $r$  hitung tidak positif serta  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka variabel tersebut tidak valid

#### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Menurut Ferdinand (2006) sebuah instrumen dan data yang dihasilkan disebut *reliable* atau terpercaya apabila instrumen tersebut secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach*, yaitu :

- a) Apabila hasil koefisien  $\text{Alpha} >$  taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut *reliable*.
- b) Apabila hasil koefisien  $\text{Alpha} <$  taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak *reliable*.

### 3.7 Uji Asumsi Klasik

#### 3.7.1 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji dalam model regresi



ditemukan adanya korelasi antar variabel (*independent variable*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *Tolerance*  $< 0,10$  atau sama dengan nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*)  $> 10,0$  (Ghozali, 2006:92).

### 3.7.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara mendeteksinya adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y$

sesungguhnya) yang telah di-*studentized*, sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah (Ghozali, 2006:105) :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.7.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat *normal probability plot* dan

*kolmogorov-smirnov* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal, sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah (Ghozali, 2006:111):

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### **3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda**

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda untuk memecahkan permasalahan penelitian. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen (kualitas

pelayanan dan kepercayaan) terhadap variabel dependen (kepuasan).

Persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e_i$$

Keterangan :

**Y** = Kepuasan pasien

**a** = Intercep atau konstanta

**X<sub>1</sub>** = Variabel kualitas pelayanan

**X<sub>2</sub>** = Variabel kepercayaan

**b<sub>1</sub>** = Koefisien regresi kualitas layanan

**b<sub>2</sub>** = Koefisien regresi kepercayaan

**e<sub>i</sub>** = Faktor lain diluar model

### **3.8 Pengujian Hipotesis**

#### **3.8.1 Uji T**

Uji T di gunakan untuk menguji signifikansi konstanta darin setiap variabel independen, apakah variabel Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2) benar-benar berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependennya yaitu kepuasan pasies (Y)

Kriteria penguji dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05 ditentukan sebagai berikut:

- a)  $T_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima
- b)  $T_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

### 3.8.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2006:83).

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh keterangan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien rawat inap di

Puskesmas Wuluhan. kualitas pelayanan yang baik akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Ini berarti semakin baik kualitas pelayanan berakibat pada semakin baiknya kepuasan pasien.

Hasil analisis tanggapan responden berada pada kategori setuju pada variabel kualitas pelayanan, dapat menunjukkan bahwa semua indikator dari variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pasien, hal ini terjadi karena Puskesmas Wuluhan mempunyai pelayanan UGD yang prima, dimana Puskesmas Wuluhan memiliki UGD 24 jam dengan dokter dan petugas jaga dengan kuantitas yang cukup sehingga dapat memberikan pelayanan yang prima dan sigap terkait keadaan darurat pasien, selain itu dikarenakan juga oleh profesionalisme tim dokter Puskesmas Wuluhan dalam memberikan diagnosa dan penanganan yang tepat terhadap keluhan pasien. Sedangkan indikator dari variabel kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh dengan persentase paling sedikit adalah indikator jaminan, jaminan dan kepercayaan yang

diberikan Puskesmas dalam meyakinkan pasien untuk berobat kembali ke Puskesmas dinilai belum maksimal oleh pasiennya, hal ini karena masih ada beberapa perawat Puskesmas yang kurang sopan dan kurang profesional dalam melayani pasien.

Pelayanan yang diberikan oleh Puskesmas Wuluhan merupakan faktor yang sangat berperan sebagai dasar bagi pasien untuk memanfaatkan jasa Puskesmas. Kualitas pelayanan adalah hal yang sangat penting dalam persaingan pasar yang sangat kompetitif seperti saat ini, penampilan, kehandalan dan jaminan rumah sakit dalam memberikan pelayanan kepada pasien merupakan faktor utama terhadap kesan yang akan dirasakan pasien selama memanfaatkan pelayanan yang diberikan rumah sakit, dengan begitu akan muncul persepsi pengguna jasa dalam hal ini pasien terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan. Persepsi mengenai kualitas pelayanan yang baik akan berakibat pada munculnya kepuasan, retensi dan bahkan loyalitas, dengan demikian

akan mendukung terlaksananya strategi perusahaan serta tercapainya tujuan perusahaan.

#### **4.5.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap**

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh keterangan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien rawat inap. Terciptanya kepercayaan merupakan salah satu keberhasilan proses pemasaran, karena pada dasarnya kepercayaan yang baik dapat dianggap sebagai pengakuan dan penghargaan dari konsumen terhadap kegunaan produk atau jasa yang diberikan oleh penyedia layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis tanggapan responden dapat diketahui bahwa jawaban responden pada variabel kepercayaan berada pada kategori sangat setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa responden sangat setuju dengan kesungguhan mengutamakan kesembuhan pasien sehingga pasien merasa diutamakan oleh pihak puskesmas. Karena

Kepercayaan berkaitan langsung dengan persepsi pasien tentang reputasi Puskesmas (kemampuan yang dimiliki, kebaikan hati, dan juga integritas Puskesmas Wuluhan). Apabila pasien memperoleh produk jasa yang sesuai dengan harapan, pelayanan yang menyenangkan, dapat dirasakan manfaat dari produk jasanya, mendapatkan kepuasan setelah memanfaatkan layanan dan merasa aman ataupun nyaman setelah menggunakan produk jasa dan layanan dari Puskesmas Wuluhan, maka pasien akan memberikan kepercayaan terhadap Puskesmas Wuluhan. Hal tersebut yang akan membuat pasien terus memanfaatkan layanan Puskesmas dan pada akhirnya akan merekomendasikan Puskesmas kepada orang lain karena merasa puas dengan layanan dari Puskesmas Wuluhan.

## **5. PENUTUP**

### **1.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Kepuasan Pasien Rawat Inap di Puskesmas Wuluhan. Hal ini berarti semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap di Puskesmas Wuluhan, sebaliknya semakin rendah Kualitas Pelayanan maka semakin rendah pula tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap di Puskesmas Wuluhan.

2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Puskesmas Wuluhan. Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi pula tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap di Puskesmas wuluhan, sebaliknya semakin rendah kepercayaan maka semakin rendah pula tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap di Puskesmas Wuluhan.

### **1.2 Saran**

Saran dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi Puskesmas Wuluhan, hasil

penelitian menunjukkan secara umum kualitas pelayanan Puskesmas Wuluhan sudah cukup baik, sehingga perlu dipertahankan. Akan tetapi masih terdapat beberapa indikasi yang lemah pada kualitas pelayanan seperti pada aspek jaminan, hal ini dibuktikan dari analisis deskriptif variabel bahwa persentase yang paling sedikit dalam variabel kualitas pelayanan adalah indikator jaminan, jaminan dan kepercayaan yang diberikan rumah sakit dalam meyakinkan pasien untuk berobat kembali ke Puskesmas dinilai belum maksimal oleh pasiennya, hal ini karena masih ada beberapa perawat Puskesmas yang kurang profesional dalam melakukan pelayanan terhadap pasien. Untuk itu, Puskesmas Wuluhan hendaknya untuk memperbaiki, melengkapi terus dan menyempurnakan dari aspek jaminan yang dinilai masih kurang dengan memberikan pendidikan dan pelatihan secara berkala

kepada perawat-perawat Puskesmas supaya bisa meningkatkan profesionalisme perawat-perawat Puskesmas Wuluhan. Selain itu, Puskesmas Wuluhan hendaknya meningkatkan aspek indikator kemampuan untuk meningkatkan kepuasan pasiennya. Untuk itu rumah sakit harus menyikapinya dengan mengadakan ataupun menambah beberapa alat medis yang belum ada seperti alat cek darah dan cadangan darah.

2. Bagi peneliti selanjutnya, variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya mencakup dua variabel independen saja, sehingga masih perlu kajian tentang variabel-variabel independen lain di luar model penelitian ini, seperti nilai pelanggan, lokasi dan citra.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Akbar, Mohammad Muzahid and Noorjanah Parvez. 2009. *Impact or Service Quality, Trust, and Customer Statisfaction on Customers Loyalty*. ABAC Journal Vol.29 No. 1 : 24-38.

- Akfian, Yuda Adhi dan Nina Ernawati. 2012. *Pengaruh Dimensi Kualitas Hotel Candi Indah Semarang*. Jurnal Mahasiswa Q-MAN, Vol. I, No.3, Mei 2012, Halaman 44-45.
- Alman, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung: CV Alfabeta.
- Almasdi dan Jusuf Suit. 2012. *Aspek Sikap Mental Dalam manajemen Sumber Daya Alam Manusia*. Jakarta: Syiar Media.
- Ariani, D. Wahyu. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Budiastuti. 2002. *Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Rumah sakit*. Jakarta: Trans Info Media.
- Erviana, Okky. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan pasien rawat Inap Di RSUD DR. Soewondo Kendal*. Semarang: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir. 2010. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Kotler dan Armstrong. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran, alih Bahasa Benyamin Molan*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Lusa, Jonathan, Sofyan. 2007. *Hubungan Quality Assurance Dengan Kepuasan pasien Rumah Sakit*. <http://www.jsofian.wordpress.com>. Diunduh 25 mei 2017.
- Mula, Joseph and Ainur Rofiq. 2010. "The Effect of Customers' Trust on E-Commers: A survey of Indonesian Customer B to C Transactiuons" icast 2010.
- Munusamy, Jayaraman, Shamkar Chelliah and Hor Wai Mun. 2010. "Service Quality Delivery and Its Impact on Customer Satisfaction in the Banking Sector In Malaysia". International Journal Of Innovation, management and Technology, Vol.1, No.4, October 2010.
- Rizki, Irnanda Warda. 2014. "Gambaran Kepuasan Masyarakat Kecamatan Medan Baru Terhadap Pelayanan Kesehatan Oleh Dokter Di Medan". Medan: Fakultas Kedokteran, Universitas Sumatera Utara.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. 2007. *Manajemen Ritel*. Yogyakarta: Penerbit Amus.

- Sunyoto, Danang. 2013. *Metodelogi Penelitian Akuntas*. Bandung: PT. Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Suryawati, Chriswardhani, Dkk. 2006. *Penyusunan Indikator Kepuasan Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Di Provinsi Jawa Tengah* dalam Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan. Jawa Tengah: Fakultas Kesehatan Masyarakat Dan Program Magister Ilmu Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro Semarang.
- Sutedja, Wira. 2007. *Panduan Layanan Konsumen*. Jakarta: PT. Grasindo
- Tjiptono, Fandy Dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfacition*. (ed. 3). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy Dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Manajement Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- Usman, Husaini. 2012. *Manajemen: Teori, Praktik, Dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yeop, Yunus Nek Kamal, azman Al Ismail, Zubrina Raneer dan Salomawati
- Ishak. 2009. "Sevice Quality Dimensions, Perceive Value and Customer Satisfacition: ABC Relationship Model Testing". *IBEJ* Vo. 2 Issue No. 1 (2009) 01-18