

PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN
PENGGUNA BPJS PADA RUMAH SAKIT UMUM MITRA MEDIKA AMPLAS MEDAN

Kristina Bangun

Email : kristinabgn@gmail.com

Dosen STIKES Kesehatan Baru Medan

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of the dimensions of service quality consisting of reliability, responsiveness, assurance, tangible, partial and simultaneous empathy on patient satisfaction using BPJS at the Mitra Medika Amplas General Hospital (RSU) Medan. The population of all patients using BPJS at RSU Mitra Medika Amplas Medan. A sample of 96 respondents, data collection methods through questionnaires and documentation, multiple regression analysis method. The results showed the regression equation: $KP = 2.761 + 0.305K + 0.128Kt + 0.143Ky + 0.203B + 0.151E$ means that reliability, responsiveness, confidence, physical evidence and empathy have a positive effect on patient satisfaction. Reliability, responsiveness, confidence, tangible and Empathy has a significant simultaneous and partial effect on patient satisfaction using BPJS at RSU Mitra Medika Amplas Medan. The determinant coefficient value (R Square) is 0.514, meaning that patient satisfaction can be explained by the dimensions of service quality (Reliability, Responsiveness, Confidence, Tangibility and Empathy) of 51.4% while another 48.6% is explained by other factors not explained in this study such as security, promotion and communication. To improve the quality of service regarding reliability, it is necessary to correct all deficiencies such as the accuracy of disease diagnoses and the doctor's explanations that are not complicated, regarding responsiveness, it is necessary to improve or increase the quality of services such as the punctuality of nurses when patients need help and the speed of administrative officers in serving consumers, regarding confidence, need to improve/increase the quality of services such as confidence in the abilities and skills possessed by medical personnel, the ability of doctors to determine patient diagnoses, as well as the courtesy of staff in serving patients, regarding tangibles, need to correct all deficiencies such as waiting room facilities to equipment -examination support tools, regarding the empathy variable, need to correct any deficiencies such as doctors taking the time to listen to patient complaints, regarding patient satisfaction variables need to improve patient quality services such as Reliability, Responsiveness, Confidence, Tangible and Empathy so that with an increase in the quality of service inpatients will feel satisfied with the quality of services provided.

Keywords: Reliability, responsiveness, trust/guarantee, tangible, empathy and level of satisfaction

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan suatu kegiatan usaha yang mengarahkan aliran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Pemasaran sebagai kegiatan manusia diarahkan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen melalui pertukaran. Kegiatan pemasaran berusaha untuk memenuhi kebutuhan harapan konsumennya. Menurut Gronroos (dalam Utami, 2006: 246) menyatakan bahwa kualitas layanan terdiri dari dua dimensi, yaitu : Dimensi kualitas teknis (technical quality), yaitu apa saja yang diperoleh konsumen, dan Dimensi fungsional (functional quality), yaitu dengan cara bagaimana konsumen memperoleh jasa. Menurut Davis dan Heineke (2003: 295) kualitas layanan itu sendiri adalah suatu konsep yang sangat luas yang mencakup banyak dimensi diantaranya adalah: a. Keramahan karyawan pada saat melayani pelanggan, b. Kemudahan akses untuk mendapatkan layanan, c. Pengetahuan karyawan, d. Kecepatan pelayanan kepada pelanggan, e. Kenyamanan saat menunggu pelayanan.

Dimensi Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono dkk (2014) terdiri dari : **1) Keandalan (reliability)** merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. **2) Ketanggapan (responsiveness)** adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan atau harapan pelanggan. Misalnya dalam merespon keluhan penyakit yang diderita pasien, dan dalam pengurusan biaya administrasi pasien. **3) Keyakinan/jaminan (assurance)**

merupakan kompetensi yang demikian sehingga memberikan rasa aman dari bahaya, resiko atau keraguan dan kepastian mencakup pengetahuan, kesopanan, dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki staf. 4) **Berwujud (*tangible*)** merupakan wujud kenyataan secara fisik yang meliputi fasilitas, peralatan, pegawai, dan sarana informasi atau komunikasi. 5) **Empati (*empathy*)** merupakan sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh kepada pelanggan, kemudahan dalam melakukan kontak, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan secara individual. Diantaranya mengenal pasien dengan baik, mengingat masalah (keluhan, penyakit) yang diderita.

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kepuasan menurut kamus bahasa Indonesia adalah, puas, merasa senang, perih (hal yang bersifat kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Kepuasan adalah sebagai perasaan senang seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya menurut Kotler dalam (Indratno 2017:3).

Menurut Kotler dan Keller dalam (Tjiptono 2014: 354) bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan menurut Howard & Sheth dalam (Tjiptono 2014: 353), kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.

Masalah utama sebagai sebuah lembaga jasa pelayanan kesehatan adalah semakin banyaknya pesaing. Oleh karena itu, rumah sakit dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan, pihak rumah sakit 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 dari dalam diri pasien. Pelayanan jasa telah berorientasi pada pasien karena ukuran persepsi kualitas bukan berada pada pandangan penyedia jasa kesehatan namun terletak pada diri pasien. Apabila pelayanan yang diterima oleh pasien sesuai dengan yang diharapkan maka pelayanan tersebut dapat dikatakan baik. Dalam mencapai tujuan pelayanan yang baik berorientasi pada kepuasan pasien maka perlu diperhatikan hal yang berperan penting dalam menentukan persepsi kepuasan pasien antara lain meliputi kelengkapan fasilitas, hasil pemeriksaan dokter yang akurat, keramahan perawat yang melayani dengan hati yang tulus dan faktor lainnya.

Hasil penelitian M. Danang Syaifulloh (2011) dengan judul pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien poliklinik Paramedina Tlogosari Semarang menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan bahwa dimensi kualitas pelayanan (kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan/jaminan (*assurance*), berwujud (*tangible*) empati (*empathy*)) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien.

Demikian juga hasil penelitian Nasyrah dkk (2017) dengan judul analisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS bhayangkara Makassar menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan bahwa dimensi kualitas pelayanan (kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan/jaminan (*assurance*), berwujud (*tangible*) empati (*empathy*)) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien.

Berdasarkan keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No.129/Menkes/SKII/2008 tentang standar pelayanan minimal rumah sakit, adapun jenis-jenis pelayanan yang wajib disediakan setiap rumah sakit meliputi pelayanan gawat darurat, rawat jalan, rawat inap, bedah, persalinan dan perinatologi, pelayanan intensif, radiologi, laboratorium patologi klinik, rehabilitas medik, farmasi, gizi, transfusi darah, pelayanan keluarga miskin, rekam medis, pengelolaan limbah, pelayanan administrasi manajemen, ambulans/kereta jenazah,

pemulasaraan jenazah, laundry, pemeliharaan sarana rumah sakit, dan pencegahan pengendalian infeksi. Dengan memenuhi standar pelayanan yang telah ditetapkan maka diharapkan rumah sakit dapat memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat yang menggunakan jasa mereka sehingga kebutuhan masyarakat akan pelayanan kesehatan menjadi terpenuhi tanpa harus berpindah kerumah sakit lain. Terpenuhinya kebutuhan pelayanan kesehatan masyarakat pada satu rumah sakit akan membuat rumah sakit tersebut menjadi andalan dan akhirnya akan membuat pasien hanya akan menggunakan jasa dari rumah sakit tersebut.

RSU. Mitra Medika Medan merupakan salah satu rumah sakit swasta yang ada di Kota Medan, yang mana merupakan kepemilikan swasta di bawah naungan Yayasan RS. Mitra Medika dengan klasifikasi kelas C yang telah mendapatkan penetapan kelas dari Kementerian Kesehatan Nasional melalui SK Penetapan Menteri Kesehatan Nomor HK.02.03/1/0972/2014 dan Sertifikat Akreditasi Rumah Sakit dengan memenuhi standard "Paripurna" oleh Komisi Akreditasi Rumah Sakit (KARS) pada tanggal 21 November 2018. RSU. Mitra Medika Medan-Amplas adalah salah satu cabang RSU. Mitra Medika Medan yang beralamat di Jl. Sisingamangaraja, Harjosari I, Kec. Medan Amplas, Kota Medan 20148. RSU. Mitra Medika MedanAmplas merupakan salah satu rumah sakit yang bekerja sama dengan BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial). Dalam kegiatannya, RSU. Mitra Medika MedanAmplas harus bersaing memberikan pelayanan kesehatan yang maksimal kepada pasien yang menjadi konsumen mereka dengan 71 rumah sakit lainnya di Kota Medan (sumber : data BPS 2014). RSU. Mitra Medika Medan-Amplas harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik sehingga pasien yang menggunakan jasa mereka puas dan akan tetap menggunakan jasa mereka bahkan mereka akan merekomendasikannya kepada orang lain yang akan membuat semakin banyak lagi masyarakat yang akan menggunakan jasa RSU. Mitra Medika Medan-Amplas.

Tabel 1. Jumlah Pasien Pengguna BPJS Pada RSU Mitra Medika Amplas Medan Tahun 2020

Bulan	Rawat Inap	Rawat Jalan
Januari	358	165
Februari	412	205
Maret	382	186
April	2987	456
Mei	6755	778
Juni	5618	711
Juli	8129	897
Agustus	7928	888
September	8280	1035
Oktober	8780	1148
November	10092	1205
Desember	9564	1168

Sumber: RSU Mitra Medika Amplas Medan 2020

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah pasien rawat inap dan jalan pada RSU Mitra Medika Amplas Medan tahun 2020 berfluktuasi diduga adanya faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pasien . Peneliti juga melakukan wawancara kepada pasien yang berada di RSU Mitra Medika Amplas Medan yang hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanannya kurang memuaskan dalam melayani pasiennya. Hal inilah yang menarik perhatian penulis untuk meneliti tentang "Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS pada Rumah Sakit Umum (RSU) Mitra Medika Amplas Medan.

Berdasarkan latar belakang masalah maka rumusan masalah dalam penelitian adalah : Apakah dimensi kualitas pelayanan terdiri dari kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan/jaminan (*assurance*), berwujud (*tangible*) empati (*empathy*) berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS pada RSU Mitra Medika Amplas Medan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler dalam (Tjiptono 2014: 3) Pemasaran adalah proses social dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai satu sama lain.

Menurut Doyle (dalam Tjiptono 2014:3) Pemasaran adalah proses manajemen yang berupaya memaksimumkan laba (*Returns*) bagi pemenang saham dengan jalan menjalin relasi dengan pelanggan utama (*valued customers*) dan menciptakan keunggulan kompetitif.

Pendapat lain mengatakan bahwa pasar merupakan sistem keseluruhan dari kegiatan yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli ada maupun pembeli potensial.

Dari pendapat ahli diatas dapat ditarik kesimpulan, pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginannya, melalui penciptaan, penawaran, serta pertukaran produk dan nilai dan pihak lain, pihak-pihak yang dimaksud adalah produsen dan konsumen. Produsen menciptakan barang atau jasa sedangkan konsumen adalah pihak yang memiliki kebutuhan dan keinginan untuk dipenuhi.

Konsep Pemasaran

Dalam studi pemasaran terdapat 5(lima) konsep pemasaran (Tjiptono 2014 : 4) yaitu :

- 1) Konsep produksi (*The production concept*)
Pemasar yang berpegang pada konsep ini berorientasi pada proses produksi/operasi (internal). Asumsi yang diyakini adalah bahwa konsumen hanya akan membeli produk-produk yang murah dan gampang diperoleh. Dengan demikian, kegiatan organisasi harus difokuskan pada efisiensi biaya (produksi) dan ketersediaan produk (distribusi), agar perusahaan dapat meraih keuntungan.
- 2) Konsep produk (*The concept product*)
Dalam konsep ini, pemasar beranggapan bahwa konsumen lebih menghendaki produk-produk yang memiliki kualitas, kinerja, fitur (*features*), atau penampilan superior. Konsekuensinya, pencapaian tujuan bisnis perusahaan dilakukan melalui inovasi produk, riset dan pengembangan, dan pengendalian kualitas secara berkesinambungan.
- 3) Konsep penjualan (*The selling concept*)
Konsep ini merupakan konsep yang berorientasi pada tingkat penjualan (internal), dimana pemasar beranggapan bahwa konsumen harus dipengaruhi (bilamana perlu dibujuk) agar penjualan dapat meningkat, sehingga tercapai laba maksimum sebagaimana menjadi tujuan perusahaan. Dengan demikian, focus kegiatan pemasaran adalah usaha-usaha memperbaiki teknik-teknik penjualan dan kegiatan promosi secara intensif dan agresif agar mampu mempengaruhi dan membujuk konsumen untuk membeli, sehingga pada gilirannya penjualan dapat meningkat.
- 4) Konsep pemasaran (*The marketing concept*)
Berbeda dengan 3 konsep terdahulu yang berorientasi pada lingkungan internal, konsep pemasaran berorientasi pada pelanggan (lingkungan eksternal), dengan anggapan bahwa konsumen hanya akan bersedia membeli produk-produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Serta memberikan kepuasan. Implikasinya, focus aktivitas pemasaran dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan adalah berusaha memuaskan pelanggan melalui pemahaman perilaku konsumen secara menyeluruh yang dijabarkan dalam kegiatan pemasaran yang mengintegrasikan kegiatan-kegiatan fungsional lainnya (seperti produksi/operasi, keuangan, personalia, riset dan pengembangan dan lain-lain) secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.
- 5) Konsep pemasaran sosial (*the social marketing concept*)
Pemasar yang menganut konsep ini beranggapan bahwa konsumen hanya bersedia membeli produk-produk yang mampu memuaskan kebutuhan dan keinginannya serta berkontribusi

pada kesejahteraan lingkungan social konsumen. Tujuan aktivitas pemasaran berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat, sekaligus memperbaiki hubungan antara produsen dan masyarakat dalam peningkatan kesejahteraan pihak-pihak terkait.

Dari kelima hal ini maka dapat disimpulkan bahwa konsep produksi, produk dan penjualan merupakan filsafat bisnis yang tidak berorientasi pada konsumen dan permintaan. Sedangkan konsep pemasaran dan konsep pemasaran sosial berorientasi kepada konsumen.

Bauran Pemasaran

Menurut Tjiptono (2014:41), konsep bauran pemasaran dipopulerkan pertama kali beberapa dekade yang lalu oleh Jerome McCarthy yang merumuskannya menjadi 4P (*Product, Price, Promotion, Place*). Bila ditinjau dari sudut pandang pelanggan, 4P bisa dirumuskan pula menjadi 4C (*Customers' need and wants, Cost, Communication, dan Convenience*). Hasilnya, 4P tradisional diperluas dan ditambahkan dengan 4 unsur lainnya, yaitu *People, Process, Physical Evidence, dan Customer Service*.

1. *Product* . Produk merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan.
2. *Pricing*. Keputusan bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategik dan taktikal, seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga di antara berbagai kelompok pelanggan.
3. *Promotion*. Bauran promosi tradisional meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan potensial dan aktual. Metode-metode tersebut terdiri atas periklanan, promosi, penjualan, *direct marketing, personal selling, dan publik relation*.
4. *Place*. Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Keputusan ini meliputi keputusan lokasi fisik, keputusan mengenai penggunaan perantara untuk meningkatkan aksesibilitas jasa bagi para pelanggan.
5. *People* . Bagi pemasar jasa, orang merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran. Bila produksi dapat dipisahkan dengan konsumsi, sebagaimana dijumpai dalam kebanyakan kasus pemasaran barang manufaktur, pihak manajemen biasanya dapat mengurangi pengaruh langsung sumber daya manusia terhadap output akhir yang diterima pelanggan.
6. *Physical Evidence*. Karakteristik *intangibile* pada jasa menyebabkan pelanggan potensial tidak bisa menilai suatu jasa sebelum mengkonsumsinya. Ini menyebabkan resiko yang dipersepsikan konsumen dalam keputusan pembelian semakin besar.
7. *Process*. Proses produksi atau operasi merupakan faktor penting bagi konsumen *high-contactservice*, yang kerap kali juga berperan sebagai *co-producer* jasa bersangkutan.
8. *Customer Service*. Dalam sektor jasa, layanan pelanggan dapat diartikan sebagai kualitas total jasa yang dipersepsikan oleh pelanggan.

Dimensi Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan jasa mempunyai beberapa dimensi, walaupun antara satu bidang jasa dengan jasa lainnya mempunyai sedikit perbedaan mengenai dimensi yang membentuk suatu kualitas jasa, namun beberapa penelitian menunjukkan ada kesamaan atau kemiripan dalam dimensi yang melandasi terbentuknya suatu kualitas jasa. Menurut Parasuraman, et.al (Tjiptono, 2014:232) ada sepuluh dari dimensi kualitas jasa, setelah melalui uji statistic yang dikenal dengan factor analisis, sepuluh dimensi dapat diringkas menjadi lima dimensi kualitas jasa yaitu:

1. Reliabilitas (*Reliability*) yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*Assurance*) yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki aparat staf : bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.

4. Empati (*Empaty*) yaitu meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. Bukti Fisik (*Tangibels*) yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

Sedangkan menurut Kotler dalam (Lukasyanti 2006) disebutkan tentang kelima determinan kualitas jasa tersebut yaitu :

1. Kehandalan, yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat waktu.
2. Responsive, yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
3. Keyakinan, yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan
4. Empati, yaitu menunjuk pada syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi kepada pelanggan.
5. Berwujud, yaitu menunjuk pada fasilitas fisik, peralatan, personil dan media komunikasi. Dengan memandang kualitas jasa dari beberapa dimensi tersebut maka akan semakin mudah bagi perusahaan untuk terus memonitor seberapa baik kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan yang sesungguhnya dirasakan oleh pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas produk tersebut. Didalam mengevaluasi kualitas suatu produk atau jasa, pelanggan akan menilai berbagai atribut (dimensi kualitas pelayanan dan dimensi kualitas produk). Menurut Howard & Sheth dalam (Tjiptono 2014: 353) Kepuasan Pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Pakar pemasaran Kotler dan Keller dalam (Tjiptono 2014: 354) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

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 beberapa factor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen atau pemasok produk. 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 kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu. hal ini jelas akan mempengaruhi persepsi pelanggan, terutama produk-produk yang dirasakan beresiko tinggi.
- d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan.

Mengukur Kepuasan Pelanggan

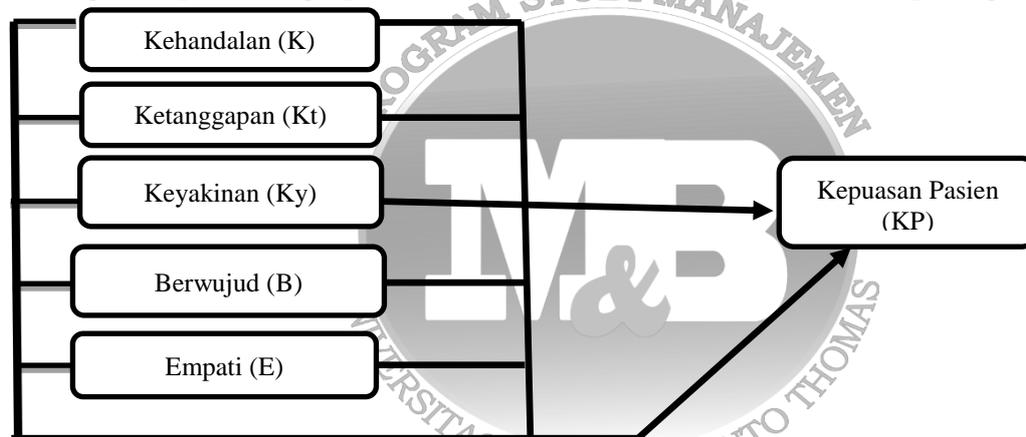
Menurut Kotler dalam (Tjiptono 2008:34) ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan.

- 1) System keluhan dan saran. Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-Oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.
- 2) *Ghost Shopping*. Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*Ghost Shopper*) Untuk berperan dan bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.
- 3) *Lost Customer Analysis*. Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

Konsumen yang merasa tidak puas akan berinteraksi dengan tindakan yang berbeda, ada yang mendinginkan saja dan ada pula yang melakukan complain. Berkaitan dengan hal ini, ada tiga kategori tanggapan atau komplain terhadap ketidakpuasan, yaitu: (a) *Voice response*, (b) *Private response*, (c) *Third-party response*

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir sebagai pedoman dalam melaksanakan penelitian, dapat digambarkan :



Gambar 1 Kerangka Berpikir
Sumber: (Tjiptono, et, al 2008:69)

Hipotesis

Rumusan hipotesis dalam penelitian bahwa ada pengaruh yang signifikan dimensi kualitas pelayanan terdiri dari kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan/jaminan (*assurance*), berwujud (*tangible*) empati (*empathy*) berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS pada RSUD Mitra Medika Amplas Medan.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Penelitian dilakukan pada RSUD Mitra Medika Amplas Medan yang beralamat Jl. Sisingamangaraja, Harjosari I, Kec. Medan Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara 20148. Populasi adalah seluruh pasien pengguna BPJS RSUD Mitra Medika Amplas. Sampel ditentukan berdasarkan kesalahan (*error*) maksimum yang diinginkan, dengan rumus Supranto J (2001:113)

$$n = \frac{z_{\alpha}^2 / 2 \times \sigma^2}{\epsilon}, \quad n = \frac{1,96 \times 0,5^2}{0,1}$$

n = 96 orang

Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah batasan pokok permasalahan yang diteliti

Tabel 2. Defenisi Operasionalisasi Variabel Penelitian, Indikator dan Skala Pengukuran

Variabel Penelitian		Defenisi	Indikator	Skala
Kualitas pelayanan	Kehandalan (<i>Reliability</i>) (K)	Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.	1. Kemampuan mengatasi permasalahan 2. Kemampuan petugas/aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan 3. Ketepatan atau keakuratan diagnose 4. Memiliki standar pelayanan yang jelas	Likert
	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) (Kt)	Sikap dalam menanggapi keluhan serta masalah yang dihadapi oleh pasien	1. ketepatan bertindak 2. kesediaan mendengar keluhan-kesah pasien 3. Petugas melakukan pelayanan dengan cepat 4. Merespon setiap pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan.	Likert
	Keyakinan (<i>Assurance</i>) (Ky)	Pengetahuan yang luas, keramahan, dan kesopanan yang harus dimiliki dalam memberikan rasa percaya serta keyakinan kepada para pasien..	1. pengetahuan luas melayani pasien 2. pengetahuan dalam menentukan diagnose penyakit 3. Pengetahuan dalam mengatasi penyakit 4. Keramahan dan kesopanan dalam melayani pasien	Likert
	Berwujud (<i>tangibility</i>) (B)	Keberadaan fasilitas fisik, peralatan, karyawan, sarana komunikasi, gedung dan alat-alat pendukung yang berwujud dalam memberikan pelayanan kepada para pasien.	1. ruang tunggu pasien 2. perlengkapan peralatan kerja 3. Fasilitas kamar rawat inap 4. Sarana komunikasi bagi pasien	Likert
	Empati (<i>Empaty</i>) (E)	kemampuan untuk memberikan perhatian personal dan pemahaman kebutuhan secara individu kepada para pasien	1.mengutamakan kepentingan pasien 2.memahami keinginan dan kebutuhan pasien 3.Memberikan perhatian kepada konsumen 5. Kemudahan dalam menjalin hubungan kepada pasien	Likert
Kepuasan Pasien (KP)		Tingkat perasaan puas atau tidak puas yang dialami setelah membandingkan harapan dan kinerja.	1. Fasilitas ruangan 2. kualitas pelayanan medis 3. kualitas pelayanan oleh dokter 4. kemampuan dan keterampilan tenaga medis	Likert

Teknik pengumpulan data :

1. Dokumentasi. Studi dokumentasi dilakukan dengan meneliti dokumen-dokumen dan bahan tulisan dari perusahaan, data dari buku-buku, jurnal, internet dan sumber data lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti
2. Kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang diperoleh dari jawaban yang diberikan responden berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data regresi linear berganda (*multiple regression analysis*) (Sugiyono, 2005:21) bertujuan untuk mencari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Untuk pembuktian rumusan hipotesis digunakan uji t dan F. Maka persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KP = \alpha_0 + \beta_1K + \beta_2Kt + \beta_3Ky + \beta_4B + \beta_5E + e_i$$

Keterangan:

KP = Kepuasan Pasien, K = Kehandalan, Kt = Ketanggapan, Ky = Keyakinan, B = Berwujud, E = Empati, $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ = keofisien regresi, e_i = kesalahan dalam estimasi, α_0 = konstanta.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tanggapan Responden

1. Kehandalan

Dari 96 sampel penelitian jawaban responden tentang variabel kehandalan, yaitu :

Tabel 3. Tanggapan Responden Tentang Kehandalan

Indikator Penelitian	Tanggapan Responden					Rata-rata	Keterangan
	SB	B	CB	TB	STB		
1. Kemampuan menangani masalah	20	54	22	0	0	3,97	Berdasarkan tanggapan 96 responden dengan nilai rata-rata berada di antara Sangat Baik(SB) dan Baik(B) artinya responden dominan menyatakan bahwa kehandalan pihak RS Bina Kasih Medan sudah baik. Hal ini dapat dilihat grafiknya.
2. Kemampuan menggunakan alat	20	50	25	1	0	3,92	
3. Ketetapan diagnosa	50	48	4	0	0	4,73	
4. Analisis Dokter yang akurat	16	56	23	1	0	4,34	
Rata- Rata Penilaian						4,24	

Sumber : Diolah dari hasil koesioner

2. Ketanggapan

Dari 96 sampel penelitian jawaban responden tentang variabel ketanggapan , yaitu :

Tabel 4. Tanggapan Responden Tentang Ketanggapan

Indikator Penelitian	Jumlah Tanggapan Responden					Rata-rata	Keterangan
	SB	B	CB	TB	STB		
1..Ketepata waktu melayani	24	50	22	0	0	4,02	Berdasarkan tanggapan 96 responden dengan nilai rata-rata berada di antara Sangat Baik(SB) dan Baik(B) artinya responden dominan menyatakan bahwa ketanggapan pihak RS Bina Kasih Medan sudah baik. Hal ini dapat dilihat grafiknya.
2.Kesedian mendengarkan keluhan pasien	25	50	20	1	0	4,03	
3. Kecepatan melayani	40	50	12	0	0	4,54	
4. Respon petugas atas keluhan	16	50	29	0	0	3,82	
Rata- Rata Penilaian						4,10	

Sumber : Diolah dari hasil koesioner

3. Keyakinan

Dari 96 sampel penelitian jawaban responden tentang variabel keyakinan, yaitu :

Tabel 5. Jumlah dan Rata-Rata Tanggapan Responden Tentang Keyakinan

Indikator Penelitian	Jumlah Tanggapan Responden					Rata-rata	Keterangan
	SB	B	CB	TB	STB		
1..Kemampuan Tenaga Medis	40	41	15	0	0	4,26	Berdasarkan tanggapan 96 responden dengan nilai rata-rata berada di antara Sangat Baik(SB) dan Baik(B) artinya responden dominan menyatakan bahwa
2. Keahlian dokter	60	20	16	0	0	4,46	
3. Kemampuan dokter mengidentifikasi penyakit	40	34	22	0	0	4,18	
4.Kesopanan petugas	29	52	15	0	0	3,84	

Indikator Penelitian	Jumlah Tanggapan Responden					Rata-rata	Keterangan
	SB	B	CB	TB	STB		
Rata- Rata Penilaian						4,18	keyakinan pihak RS Bina Kasih Medan sudah baik. Hal ini dapat dilihat grafiknya.

Sumber : Diolah dari hasil koesioner

4. Berwujud

Dari 96 sampel penelitian jawaban responden tentang variabel berwujud yaitu :

Tabel 6. Tanggapan Responden Tentang Berwujud

Indikator Penelitian	Jumlah Tanggapan Responden					Rata-rata	Keterangan
	SB	B	CB	TB	STB		
1..Ruang Tunggu	40	41	15	0	0	4,26	Berdasarkan tanggapan 96 responden dengan nilai rata-rata berada di antara Sangat Baik(SB) dan Baik(B) artinya responden dominan menyatakan bahwa variabel berwujud pihak RS Bina Kasih Medan sudah baik. Hal ini dapat dilihat grafiknya.
2. Kelengkapan Peralatan	24	50	22	0	0	4,02	
3.Fasilitas Ruangan Pasien	25	50	20	1	0	4,03	
4. Ketersediaan sarana prasarana	29	52	15	0	0	3,84	
Rata- Rata Penilaian						4,03	

Sumber : Diolah dari hasil koesioner

5. Empati. Dari 96 sampel penelitian jawaban responden tentang variabel empati yaitu :

Tabel 7. Tanggapan Responden Tentang Empati

Indikator Penelitian	Jumlah Tanggapan Responden					Rata-rata	Keterangan
	SB	B	CB	TB	STB		
1.Sikap peduli	16	50	29	0	0	3,82	Berdasarkan tanggapan 96 responden dengan nilai rata-rata berada di antara Sangat Baik(SB) dan Baik(B) artinya responden dominan menyatakan bahwa empati pihak RS Bina Kasih Medan sudah baik. Hal ini dapat dilihat grafiknya.
2.Perhatian menanggapi keluhan	25	50	20	1	0	4,03	
3.Memahami kebutuahn Pasien	20	50	25	1	0	3,92	
4.Tenaga medis mengenal pasiennya	24	50	22	0	0	4,02	
Rata- Rata Penilaian						3,95	

Sumber : Diolah dari hasil koesioner

Kepuasan Pasien

Dari 96 sampel penelitian jawaban responden tentang kepuasan pasien yaitu :

Tabel 8. anggapan Responden Tentang Kepuasan Pasien

Indikator Penelitian	Jumlah Tanggapan Responden					Rata-rata	Keterangan
	SB	B	CB	TB	STB		
1..Akses Layanan	50	48	4	0	0	4.73	Berdasarkan tanggapan 96 responden dengan nilai rata-rata berada di antara Sangat Baik(SB) dan Baik(B) artinya responden dominan menyatakan bahwa kepuasan pasien terhadap layanan pihak RS Bina Kasih Medan sudah memuaskan. Hal ini dapat dilihat grafiknya.
2.Mutu Layanan	16	56	23	1	0	4,34	
3. Proses Pelayanan	40	41	15	0	0	4,26	
4.Sistem Pelayanan	24	50	22	0	0	4,02	
Rata- Rata Penilaian						4,33	

Sumber : Diolah dari hasil koesioner

Persamaan Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan persamaan :

$$KP = 2,761 + 0,305K + 0,128Kt + 0,143Ky + 0,203B + 0,151E$$

$$t.Hitung = 4,104 \quad 2,260 \quad 2,046 \quad 3.121 \quad 2.244$$

$$F.Hitung = 19,027$$

$$R = 0.717^a$$
$$R \text{ Square} = 0.514$$

Berdasarkan persamaan di atas artinya variabel kehandalan, ketanggapan, keyakinan, berwujud dan empati berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS pada RSU Mitra Medika Amplas Medan. Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa kehandalan, ketanggapan, keyakinan, berwujud, empati secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS pada RSU Mitra Medika Amplas Medan. Pengaruh tersebut ditunjukkan pada nilai F_{hitung} sebesar $19,027 > F_{tabel}$ sebesar 2,31 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, kehandalan, ketanggapan, keyakinan, berwujud dan empati berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS pada RSU Mitra Medika Amplas Medan.

Berdasarkan uji t menunjukkan secara parsial pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan $\alpha = 5\%$ dan uji dua arah ($\alpha = 0,05$) sehingga diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,986 dengan ketentuan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan untuk menentukan signifikansi variabel bebas dengan variabel terikat maka dilihat dari nilai signifikan harus lebih kecil dari $\alpha = 5\%$. Maka dari tabel dapat diketahui bahwa, nilai uji t_{hitung} untuk variabel kehandalan sebesar $2,046 > 1,986$ maka dengan memperhatikan nilai t_{tabel} (dua arah) maka, H_0 ditolak H_1 diterima. Artinya, kehandalan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Bina Kasih Medan. Nilai uji t_{hitung} untuk variabel Ketanggapan sebesar $2,244 > 1,986$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, ketanggapan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS pada RSU Mitra Medika Amplas Medan. Nilai uji t_{hitung} untuk variabel keyakinan sebesar $4,104 > 1,986$ maka, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, keyakinan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS pada RSU Mitra Medika Amplas Medan. Nilai uji t_{hitung} untuk variabel berwujud sebesar $3,121 < 1,986$ maka, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, berwujud berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS pada RSU Mitra Medika Amplas Medan. Nilai uji t_{hitung} untuk variabel empati sebesar $2,260 < 1,986$ maka, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, berwujud berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS pada RSU Mitra Medika Amplas Medan.

Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,717 artinya hubungan variabel kehandalan, ketanggapan, keyakinan, berwujud, empati terhadap kepuasan pasien sangat kuat. Koefisien determinasi (R Square) = 51,4% artinya variabel kehandalan, ketanggapan, keyakinan, berwujud, empati mampu menjelaskan terhadap kepuasan pasien sebesar 51,4% sedangkan 48,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji t, variabel kehandalan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2,046 > 1,986$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti Kehandalan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Hasil penelitian ini menunjukkan kehandalan pada RSU Mitra Medika Amplas Medan terhadap kemampuan rumah sakit dalam menangani masalah, kemampuan petugas/aparatur dalam menggunakan alat bantu pada proses pelayanan pasien, ketepatan dan keakuratan diagnose penyakit pasien dan standar pelayanan cukup mempengaruhi tingkat kepuasan pasien. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh M. Danang Syaifulloh (2011) dan Nasyrah dkk (2017).

Berdasarkan hasil uji t, variabel ketanggapan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2,244 > t_{tabel}$ 1,986 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti Ketanggapan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS pada RSU Mitra Medika Amplas Medan. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Ketanggapan pada RSU Mitra Medika Amplas Medan terhadap Prosedur kecepatan petugas dalam memberikan pelayanan, ketepatan waktu pelayanan, ketepatan waktu perawat disaat pasien membutuhkan pertolongan serta kecepatan petugas administrasi dalam melayani konsumen mempengaruhi tingkat kepuasan pasien pada RSU

Mitra Medika Amplas Medan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh M. Danang Syaifulloh (2011) dan Nasyrah dkk (2017).

Berdasarkan hasil uji t , variabel keyakinan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $4,104 > t_{tabel} 1,986$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti Keyakinan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS pada RSUD Mitra Medika Amplas Medan. Hal ini menunjukkan bahwa keyakinan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pasien dikarenakan tindakan yang diambil dokter dalam mengatasi penyakit sudah baik, kesopanan dan keramahan petugas, kemampuan dokter dalam menentukan diagnose penyakit pasien. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh M. Danang Syaifulloh (2011) dan Nasyrah dkk (2017).

Berdasarkan hasil uji t , variabel berwujud diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3,121 > t_{tabel} 1,986$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti Berwujud berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS pada RSUD Mitra Medika Amplas Medan. Dari hasil penelitian ini kualitas pelayanan dimensi Berwujud berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat inap terhadap berbagai fasilitas yang disediakan oleh pada RSUD Mitra Medika Amplas Medan seperti ruang tunggu pasien, perlengkapan peralatan kerja, fasilitas kamar rawat inap, ketersediaan sarana informasi dan komunikasi bagi pasien. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh M. Danang Syaifulloh (2011) dan Nasyrah dkk (2017).

Berdasarkan hasil uji t , variabel empati diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2,260 > t_{tabel} 1,986$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti empati berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pengguna BPJS pada RSUD Mitra Medika Amplas Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dimensi Empati RSUD Mitra Medika Amplas Medan terhadap sikap peduli petugas dalam memahami kebutuhan pasien, sikap dokter dalam meluangkan waktunya untuk mendengar keluhan pasien, sikap dokter dan petugas mengenal identitas pasiennya dan sikap dokter memberikan penjelasan kepada pasiennya pada RSUD Mitra Medika Amplas Medan, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh M. Danang Syaifulloh (2011) dan Nasyrah dkk (2017).

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $19,0275 > F_{tabel} 2,31$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti Kehandalan, Ketanggapan, Keyakinan, Berwujud dan Empati secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS pada RSUD Mitra Medika Amplas Medan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh M. Danang Syaifulloh (2011) dan Nasyrah dkk (2017).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa kesimpulan yaitu :

1. Kehandalan, Ketanggapan, Keyakinan, Berwujud dan Empati berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS pada RSUD Mitra Medika Amplas Medan dan dimensi Keyakinan mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan pasien rawat inap dibandingkan dengan dimensi Kehandalan, Ketanggapan, Berwujud dan Empati.
2. Kehandalan, ketanggapan, keyakinan, berwujud dan empati berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS pada RSUD Mitra Medika Amplas Medan,
3. Nilai koefisien determinan (R Square) adalah sebesar 0,514 artinya kepuasan pasien dapat dijelaskan oleh dimensi kualitas pelayanan (Kehandalan, Ketanggapan, Keyakinan, Berwujud dan Empati) sebesar 51,4% sedangkan 48,6% lagi dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini seperti keamanan, promosi dan komunikasi.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa saran, yaitu :

1. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan menyangkut variabel kehandalan, perlu memperbaiki segala kekurangan seperti keakuratan diagnosa penyakit serta penjelasan dokter yang tidak berbelit-belit. Dengan adanya hal ini pasien rawat inap akan merasa puas dan akan percaya terhadap kehandalan yang dimiliki RSUD Mitra Medika Amplas Medan untuk memuaskan para pengguna jasanya.

2. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan menyangkut variabel Ketanggapan, perlu memperbaiki atau meningkatkan kualitas pelayanan seperti ketepatan waktu perawat disaat pasien membutuhkan pertolongan serta kecepatan petugas administrasi dalam melayani konsumen dengan dilakukannya perbaikan tersebut maka otomatis pasien rawat inap akan merasa puas terhadap ketanggapan yang diberikan
3. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan menyangkut variabel Keyakinan, perlu memperbaiki/meningkatkan kualitas pelayanan seperti kepercayaan terhadap kemampuan dan keterampilan yang dimiliki oleh para medis, kemampuan dokter dalam menentukan diagnosa penyakit pasien, serta kesopanan para petugas dalam melayani para pasien, dengan dilakukannya peningkatan kualitas pelayanan maka pasien akan yakin dan percaya atas kemampuan yang dimiliki oleh tenaga medis.
4. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan RSUD Mitra Medika Amplas Medan menyangkut variabel Berwujud, perlu memperbaiki segala kekurangan seperti fasilitas ruang tunggu hingga alat-alat penunjang pemeriksaan. Dengan adanya hal ini pasien rawat inap akan merasa puas dan akan merasa senang dengan lengkapnya berbagai fasilitas yang diberikan kepada para pasien.
5. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan menyangkut variabel Empati, perlu memperbaiki segala kekurangan seperti dokter meluangkan waktu mendengarkan keluhan pasien, Dengan adanya hal ini pasien rawat inap akan merasa puas dan akan percaya terhadap Empati yang dimiliki oleh Rumah Sakit Umum Bina Kasih medan untuk memuaskan para pengguna jasanya.
6. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan menyangkut variabel kepuasan pasien perlu meningkatkan kualitas pelayanan seperti Keandalan, ketanggapan, Keyakinan, Berwujud dan Empati sehingga dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan pasien rawat inap akan merasa puas atas kualitas pelayanan yang diberikan .

DAFTAR PUSTAKA

- Davis, Mark M. & Janelle Heineke. 2003. *Managing Services, Using Tehnology to Create Value*, McGraw-Hill/Irwin, New York
- Utami, Khairiyah Ulfah. 2014. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Restoran Cepat Saji (Studi Kasus : Restoran AyamQu di Jln. Veteran Kota Padang)*. [Skripsi]. Padang. Fakultas Peternakan. Universitas Andalas. 83 hal
- Indratno, O.D. 2017. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di klinik spesialis graha amanah*. Thesis. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Indonesia.
- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Lukasyanti, Dewi. 2006. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan. Menggunakan Jasa Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kraton Kabupaten Pekalongan" Skripsi Tidak Dipublikasikan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang.
- M. Danang Syaifulloh (2011), *Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien poliklinik Paramedina Tlogosari Semarang*, Skripsi.
- Nasyrah, Darwis dan Hasmin (2017), *Analisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS bhayangkara Makassar*
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.