

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN PADA UNIT PELAKSANA TEKNIS (UPT) PUSKESMAS TIGA JUHAR

Riska Br Barus<sup>1</sup>, Roslinda Sagala<sup>2</sup>, Darwis Tamba<sup>3</sup>, Esli Silalahi<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Faculty of Economic and Business, Universitas Katolik Santo Thomas<sup>12345</sup>

email : [riskabarus545@gmail.com](mailto:riskabarus545@gmail.com) , [sagalaroslinda@yahoo.ac.id](mailto:sagalaroslinda@yahoo.ac.id) , [darwistamba1141@gmail.com](mailto:darwistamba1141@gmail.com) , [esli2silalahi@gmail.com](mailto:esli2silalahi@gmail.com)

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of service quality and patient trust at the UPT Puskesmas Tiga Juhar. This study uses quantitative methods with sampling techniques is random sampling/probability sampling. This data was obtained through a survey by distributing questionnaires in respondents UPT Puskesmas Tiga Juhar, data processing in this study using SPSS version 25 for Windows. multiple linear regression results  $y = 0.408 + 0.134 x_1 + 0.471 x_2$  This study shows that the quality of service ( $X_1$ ) and trust ( $X_2$ ) has a positive and significant effect on patient satisfaction. The  $F$  test was carried out showing that the quality of service and trust simultaneously had a positive and significant influence on patient satisfaction. The coefficient value of dermination ( $R^2$ ) shows that the quality of service and trust is able to explain the dependent variable of 63.5% while for 36.5% is influenced by other factors that are not included in the scope of this research such as facilities and costs.*

**Keywords:** Service Quality, Trust, Satisfaction

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan pasien pada UPT Puskesmas Tiga Juhar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel adalah *random sampling/probability sampling*. Data ini diperoleh melalui survey penyebaran kuesioner yang diberikan pada beberapa orang responden pada UPT Puskesmas Tiga Juhar, pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 *for windows*. Dari pengolahan data penelitian memperoleh hasil regresi linear berganda  $Y = 0.408 + 0.134X_1 + 0.471X_2$  hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ( $x_1$ ) dan kepercayaan ( $x_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Uji F yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 63.5% sedangkan untuk 36.5% lagi dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam cakupan penelitian ini seperti fasilitas dan biaya.

**Kata Kunci :** Kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan

### PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, lembaga kesehatan semakin menghadapi tantangan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pasien. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi medis memberikan kemajuan dalam pelayanan kesehatan, namun kualitas pelayanan yang diberikan oleh tenaga medis dan fasilitas kesehatan tetap menjadi faktor utama dalam membentuk pengalaman pasien. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga aspek psikologis, seperti komunikasi yang efektif antara pasien dan tenaga medis, kenyamanan, dan rasa aman yang dirasakan pasien selama proses perawatan. Kepercayaan pasien terhadap tenaga medis dan Puskesmas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan pengobatan dan kepuasan pasien. Kepercayaan ini terbentuk melalui interaksi yang transparan, profesionalisme, serta kemampuan tenaga medis untuk memberikan informasi yang jelas dan menyeluruh mengenai kondisi

pasien dan tindakan medis yang akan diambil. Pasien yang merasa dihargai dan mendapatkan pelayanan yang berkualitas akan lebih cenderung untuk mempercayai tenaga medis dan mengikuti anjuran perawatan yang diberikan.

Namun meskipun upaya peningkatan kualitas pelayanan kesehatan terus dilakukan, masih terdapat kendala-kendala yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pasien, seperti kurangnya komunikasi antara pasien dan tenaga medis, kurangnya informasi yang diberikan, serta adanya ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diterima. Hal ini dapat menyebabkan pasien merasa ragu dan bahkan mengurangi tingkat kepatuhan terhadap perawatan yang dijalani, yang pada akhirnya dapat berpengaruh terhadap hasil kesehatan pasien.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau harapan harapannya (Kotler, 2005 : 42). Kepuasan pasien dalam sebuah Puskesmas dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti keramahan dan kecepatan pelayanan, kenyamanan tempat duduk, dan suasana keseluruhan. Pasien yang merasa diperhatikan dan mendapat pengalaman yang menyenangkan akan cenderung kembali dan merekomendasikan Puskesmas tersebut kepada orang lain. Kepuasan pasien juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, persaingan dalam sektor kesehatan semakin meningkat hingga hanya kualitas pelayanan terbaiklah yang dapat bertahan pada persaingan ini.

### **TINJAUAN PUSTAKA / KAJIAN TEORI**

Pemasaran adalah salah satu kegiatan penjualan atau periklanan. Ada orang berkeyakinan bahwa pemasaran merupakan sesuatu yang harus dikerjakan agar suatu produk tersedia di pasar dan memelihara persediaan produk untuk persediaan dimasa mendatang. Pemasaran terdiri dari semua aktivitas tersebut dan bahkan lebih dari itu.

Perusahaan harus menggunakan pemasaran untuk mendapatkan keuntungan dan memaksimalkan strategi penjualan. Menurut McDaniel, dkk (2001:6) "Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian suatu proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai bagi konsumen serta mengelola hubungan antara konsumen dengan perusahaan untuk memberikan manfaat bagi konsumen dan produsen". Sudaryono (2016 :41), mendefinisikan pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajemen dimana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui produk dibuat dan dijual. Menurut Mc. Daniel, dkk (2001:3), pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan konsumen dan tercapainya tujuan organisasi.

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala bentuk kegiatan/aktivitas yang diberikan oleh suatu pihak atau lebih ke pihak lain yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pihak kedua yang bersangkutan atas barang dan jasa yang diberikan. Menurut Kotler dan Keller (2014 : 42), kualitas pelayanan adalah totalitas karakteristik produk dan jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak baik bagi perusahaan karena akan menilai pelanggan yang royal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan memiliki dua unsur atau kelompok orang dimana masing-masing saling membutuhkan dan memiliki keterkaitan, oleh karena itu peranan dan fungsi yang melekat pada masing-masing unsur disebut berbeda.

Kepercayaan merupakan komponen fundamental dari strategi pemasaran dalam menciptakan hubungan sejati dengan konsumen. Dengan hubungan kerja sama yang bersifat jangka panjang, perusahaan dapat bekerja lebih efektif dengan menghemat biaya transaksi dan dapat meningkatkan daya saing. Hubungan kerja sama yang demikian biasanya ditandai dengan adanya kepercayaan yang tinggi (Asmai&Zhafiri 2011:55).

Geven & Straub (2019:10), mendefinisikan bahwa semakin tinggi derajat kepercayaan konsumen, semakin tinggi tingkat pembelian konsumen. Kepercayaan merupakan sebuah keyakinan dari salah satu pihak mengenai maksud dan perilaku yang ditujukan kepada pihak yang lainnya. Dalam transaksi secara online, kepercayaan muncul ketika mereka yang terlibat telah mendapat

kepastian dari pihak lainnya, serta mau dan bisa memberikan kewajibannya. Menurut Robbins dan Judge (2009:392), indikator kepercayaan terbagi atas empat bagian yaitu: 1. Integritas (*integrity*) Adalah kejujuran dan kemampuan menepati janji dari pihak yang dipercaya (penjual). Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atas kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. 2. Kompetensi (*ability*) Adalah kemampuan penjual untuk melaksanakan kebutuhan dari konsumen. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi. 3. Konsistensi (*contistency*) Adalah kemampuan penjual untuk memberikan kepastian akan barang yang dijual, sehingga konsumen dapat mengantisipasi dan memprediksi tentang kinerja penjual. 4. Kesetiaan (*loyalty*) Adalah kesediaan konsumen secara subjektif berupa pemberian informasi pribadi kepada penjual, melakukan transaksi, serta bersedia untuk mengikuti saran atau permintaan dari penjual.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seorang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk atau layanan jasa yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Menurut Lupiyoadi (2001:192), kepuasan dideskripsikan sebagai tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan. Sedangkan menurut Sangjadi dan Sopiah (2013:180), kepuasan merupakan sebuah cerminan dari konsumen atau sebuah kondisi setelah konsumsi produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan yang memiliki nilai atas harapan dari para konsumen. Menurut Tjiptono (2014:353), kepuasan pelanggan seperti perasaan yang muncul menjadi *output* penilaian terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa. Berdasarkan beberapa definisi dari para ahli di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan adalah suatu hasil dari perbandingan antara harapan terhadap kinerja yang didapatkan dalam menggunakan suatu produk atau jasa. beberapa indikator kepuasan menurut Kotler (2005:44), yaitu: a. Terpenuhi harapan pelanggan, setelah memakai produk atau jasa, konsumen akan menilai kesesuaian kualitasnya dengan harapan mereka setelah pembelian. b. Akan merekomendasikan pada orang lain, pelanggan yang merasa puas setelah memakai produk atau jasa akan merekomendasikannya kepada orang lain. c. Minat berkunjung kembali, pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang didapatkan biasanya akan bersedia untuk berkunjung kembali.

## METODE PENELITIAN

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018 : 117). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien Puskesmas Tiga Juhar selama tahun 2023 yang berjumlah sekitar 103 orang.

### Teknik Analisis Data

1. Uji validitas
2. Uji reliabilitas

### Uji Asumsi Klasik

1. Analisis grafik
2. Uji statistik
3. Uji Multikolinearitas
4. Uji Heteroskedastisitas
5. Uji Autokorelasi

### Analisis Regresi Linear Berganda

1. Uji Parsial (Uji t)
2. Uji Simultan (Uji F)
3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Validitas Dan Reliabilitas

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) versi 25. Berdasarkan pengolahan data, diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 1 Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Berdasarkan Tabel 1 di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban 30 responden 100% sudah valid. Hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 2 Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.965	17

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Dari Tabel 2 diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha  $0,965 > 0,30$ . Artinya bahwa 17 pernyataan dalam penelitian ini sudah reliabel. Hasil uji validitas dan reliabilitas disajikan pada berikut ini :

**Tabel 3 Item-Total Statistics**

	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
X1.1	.834	Valid	.961	Reliabel
X1.2	.893	Valid	.960	Reliabel
X1.3	.837	Valid	.961	Reliabel
X1.4	.880	Valid	.961	Reliabel
X1.5	.667	Valid	.964	Reliabel
X1.6	.889	Valid	.961	Reliabel
X1.7	.752	Valid	.963	Reliabel
X1.8	.810	Valid	.962	Reliabel
X1.9	.792	Valid	.962	Reliabel
X1.10	.506	Valid	.966	Reliabel
X1.11	.746	Valid	.963	Reliabel
X2.1	.816	Valid	.962	Reliabel
X2.2	.770	Valid	.963	Reliabel
X2.3	.788	Valid	.962	Reliabel
Y1.1	.734	Valid	.963	Reliabel
Y1.2	.786	Valid	.962	Reliabel
Y1.3	.609	Valid	.965	Reliabel

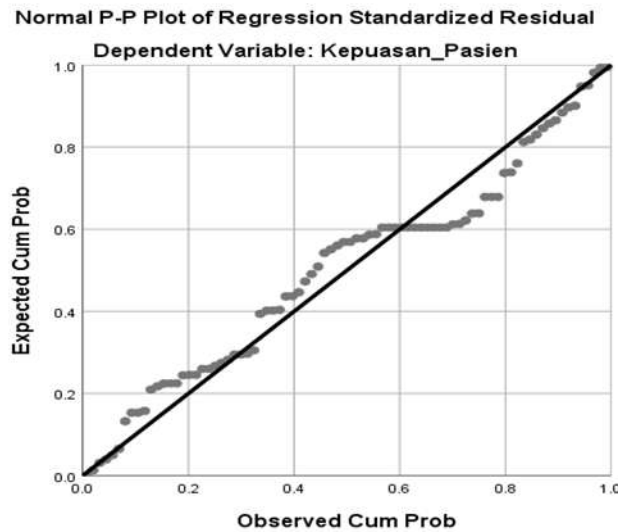
Sumber: Data diolah dengan SPSS

Berdasarkan Tabel 3 di atas diketahui bahwa 17 pernyataan penelitian pada UPT Puskesmas Tiga Juhar, Secara rata-rata sudah valid, karena nilai  $r$  hitung  $> 0,30$ . Begitu juga dengan seluruh variabel penelitian sudah reliabel karena nilai Cronbach's Alpha if Item deleted lebih besar dari  $0,50$ .

### 2. Uji Asumsi Klasik

#### a. Analisis Grafik

Berdasarkan Gambar 1 di bawah ini dapat diketahui bahwa penyebaran data berada disekitar garis diagonal, dengan kata lain tabel terdistribusi normal.



**Gambar 1 Hasil Uji Analisis Grafik**

*Sumber: Data diolah dengan SPSS*

**b. Uji Statistik**

Pada penelitian ini digunakan uji normalitas dengan uji statistik nonparametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S ditunjukkan pada Tabel 2.1 sebagai berikut :

**Tabel 4 Hasil Uji Statistik**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N	82	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.64615336
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.073
Test Statistic	.088	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.173 <sup>c</sup>	

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

*Sumber: Data diolah dengan SPSS*

Hasil uji statistik pada Tabel 4 menunjukkan nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* >, 05 (0,173 > 0,05 maka  $H_0$  ditolak. Artinya data residual terdistribusi normal.

**1. Hasil Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui adanya korelasi antara variabel independen dalam suatu model regresi. Untuk mengetahui apakah terjadi multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF. Suatu data dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas jika nilai toleransi semua variabel > 0,1 dan nilai VIF < 10 yang terdapat pada masing-masing variabel ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

1	(Constant)	1.245	2.201		.566	.573		
	Kualitas Pelayanan	.041	.060	.046	.683	.496	.988	1.012
	Kepercayaan	.641	.054	.804	11.844	.000	.988	1.012

a. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

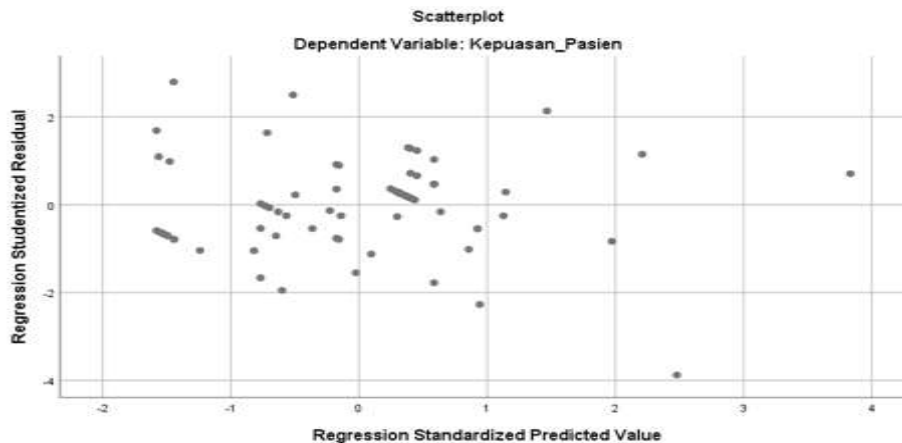
Sumber: Data diolah dengan SPSS

Dari Tabel 5 diperoleh hasil bahwa nilai tolerance dari masing-masing variabel independen > 10 yang berarti tidak ada korelasi antara variabel bebas atau independen dan VIF juga terlihat masing-masing variabel independen memiliki nilai VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam model regresi ini tidak terjadi multikolinearitas.

## 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varian atau residual dari satu pengamatan lain dalam model regresi. Model penelitian yang baik adalah homokedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas), yaitu varian dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang lain hasilnya tetap.

Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan gambar Scatterplot yang menunjukkan bahwa uji tersebut tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas ditunjukkan pada grafik Scatterplot sebagai berikut :



**Gambar 2 Hasil Analisis Statterplot**

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Dari Gambar 2 menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka nol, titik-titik tidak hanya mengumpul diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang lemebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

## 3. Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linear ada kesalahan antara korelasi pengganggu (disturbance termed) pada periode (t) dan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (t<sub>1</sub>). Apabila terjadi autokorelasi maka hal itu menunjukkan adanya problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Hasil uji autokorelasi ditunjukkan pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 6 Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson



1	.800 <sup>a</sup>	.640	.631	1.79798	1.762
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas_Pelayanan					
b. Dependent Variable: Kepuasan_Pasien					

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Hasil autokorelasi pada Tabel 6 menunjukkan nilai statistic Durbin-Watson bernilai 1,762. Nilai tersebut lebih kecil dari dua dan tidak lebih besar dari dua. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda yang berguna untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pasien. Pengolahan data digunakan dengan SPSS (Statistical Program For Social Science) versi 25. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda maka dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.408	.548		.744	.459
	Kualitas Pelayanan	.134	.035	.415	3.871	.000
	Kepercayaan	.471	.117	.431	4.026	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pasien

Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan hasil uji estimasi regresi pada Tabel 7 di atas, maka model regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = 0.408 + 0,134X_1 + 0,471X_2$$

Hal ini berarti kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien pada UPT Puskesmas Tiga Juhar. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresinya yang bertanda positif. Lebih lanjut persamaan regresi linear berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 0.408 artinya jika kualitas pelayanan dan kepercayaan bernilai 0, maka nilai kepuasan pasien sebesar 0.408.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien 0.134 hal ini ditunjukkan nilai koefisien regresinya. Artinya apabila nilai kepuasan pasien naik 1 satuan maka kepuasan pasien akan naik sebesar 0.134 dan apabila kualitas pelayanan turun 1 satuan maka kepuasan pasien turun sebesar 0.134.
3. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien 0.471 hal ini ditunjukkan nilai koefisien regresinya. Artinya apabila nilai kepercayaan naik 1 satuan maka kepuasan pasien akan naik sebesar 0.471 dan apabila kepercayaan turun 1 satuan maka kepuasan pasien turun sebesar 0.471.

Dari persamaan regresi linear berganda di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien pada UPT Puskesmas Tiga Juhar. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresinya yang bertanda positif.

### Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 8 Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.



	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.408	.548		.744	.459
Kualitas Pelayanan	.134	.035	.415	3.871	.000
Kepercayaan	.471	.117	.431	4.026	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan Tabel 8 di atas menunjukkan secara parsial pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan  $\alpha = 0,05$  sehingga diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,664 dengan ketentuan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan untuk menentukan signifikansi variabel bebas dengan variabel terikat, maka dilihat dari nilai signifikan harus lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Berdasarkan tabel 4.24 dapat diketahui bahwa :

1. Nilai  $t_{hitung}$  (3.871)  $>$   $t_{tabel}$  (1,664) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga diambil Keputusan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien pada UPT Puskesmas Tiga Juhar.
2. Nilai  $t_{hitung}$  (4.026)  $>$   $t_{tabel}$  (1,664) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga diambil Keputusan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien pada UPT Puskesmas Tiga Juhar.

## 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien pada UPT Puskesmas Tiga Juhar.

**Tabel 9 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	340.538	2	170.269	68.642	.000 <sup>b</sup>
	Residual	195.962	79	2.481		
	Total	536.500	81			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Pelayanan

Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan Tabel 9 di atas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien pada UPT Puskesmas Tiga Juhar. Pengaruh tersebut ditunjukkan pada nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $68.642 > F_{tabel}$  sebesar 3.11 dan nilai signifikan F sebesar  $0,000 < \alpha(0,05)$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara simultan nilai variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien pada UPT Puskesmas Tiga Juhar.

## Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien korelasi (R) berguna untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan pada UPT Puskesmas Tiga Juhar. Koefisien determinasi (R Square) berguna untuk mengetahui sejauh mana variabel terikat, yaitu kepuasan pasien dapat dijelaskan variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan. Berdasarkan *print output* SPSS versi 25 diperoleh hasil pengolahan data sebagai berikut :

**Tabel 10 Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 <sup>a</sup>	.635	.625	1.57497

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Pelayanan

Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan Tabel 10 dapat dilihat bahwa :

1. Nilai R sebesar 0.797 sama dengan 79,7% berarti yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan mempunyai hubungan kuat dengan kepuasan pasien.
2. Koefisien determinan (R Square) sebesar 0.635 artinya kepuasan pasien dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan sebesar 63,5% sedangkan 36,5% lagi dapat dijelaskan oleh faktor lain seperti fasilitas dan biaya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### KESIMPULAN

1. Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada UPT Puskesmas Tiga Juhar, hal ini terbukti dari nilai koefisien regresinya bertanda positif yaitu :  $Y = 0.408 + 0,134X_1 + 0,471X_2$ .
2. Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien pada UPT Puskesmas Tiga Juhar. Hal ini terbukti dari nilai nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $68.642 > F_{tabel}$  sebesar 3.11 dan nilai signifikan F sebesar  $0,000 < \alpha(0,05)$ .
3. Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien pada UPT Puskesmas Tiga Juhar. Hal ini dibuktikan dari nilai uji t bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) nilai  $t_{hitung}$  ( $3.871$ )  $> t_{tabel}$  ( $1,664$ ) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dan kepercayaan ( $X_2$ ) nilai  $t_{hitung}$  ( $4.026$ )  $> t_{tabel}$  ( $1,664$ ) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ .
4. Nilai R sebesar 0.797 sama dengan 79,7% berarti kualitas pelayanan dan kepercayaan mempunyai hubungan kuat dengan kepuasan pasien. Sedangkan nilai koefisien determinan (R Square) sebesar 0.635 artinya kepuasan pasien dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan sebesar 63,5% sedangkan 36,5% lagi dapat dijelaskan oleh faktor lain seperti fasilitas dan biaya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. M., & Parvez, N. (2009). *Kepercayaan dalam Pemasaran: Faktor-Faktor dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan*. Dhaka: Penerbit Academic Press.
- Aprillia, N., & Fatihah, R. (2021). *Kualitas Layanan: Strategi Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Bandung: Penerbit Solusi Akademik.
- Apriliani, D., Sutrisno, T., & Haryadi, A. (2023). *Kualitas Pelayanan dalam Sektor Publik dan Privat: Pendekatan Terintegrasi*. Yogyakarta: Pustaka Abadi.
- Asmai, & Zhafiri, S. (2011). *Kepercayaan dalam Hubungan Bisnis: Teori, Pengukuran, dan Implementasinya*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana.
- Batara, Atep. 2004. *Dasar – Dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ferrinadevi, A. (2008). *Kepercayaan dalam Perspektif Sosial dan Budaya*. Jakarta: Penerbit Karya Ilmu.
- Geven, G., & Straub, D. (2019). *Kepercayaan dalam Teknologi dan Bisnis: Perspektif Terbaru dan Aplikasinya*. New York: Penerbit Springer.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS* Semarang : Universitas Diponegoro
- (2019). *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Granross, L. (2016). *Tujuan Pemasaran dan Dampaknya pada Kinerja Bisnis*. Jakarta: Penerbit Mitra Cipta.
- Hair, Carl, Mc Daniel, (2001). *Pemasaran edisi pertama*, salemba empat: Jakarta
- Irwan, M. (2008). *Indikator Kepuasan Pelanggan: Analisis dan Implementasi dalam Bisnis*. Jakarta: Penerbit Gramedia.
- Kasmir. (2017). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit RajaGrafindo Persada.
- Kotler Philip, 2014. *Manajemen Pemasaran*. jilid 1. Jakarta PT. : Indeks.

- P., (2005). *Indikator Kepuasan Pelanggan: Strategi dan Pengukurannya dalam Pemasaran*. Edisi ke-12. Jakarta: Penerbit Prenhallindo.
- P., (2000). *Fungsi Pemasaran dalam Menciptakan Nilai dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Pemasaran Manajerial: Strategi dan Implementasi dalam Dunia Bisnis Modern*. Edisi ke-15. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- P., & Keller, K. L. (2015). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dalam Pemasaran dan Hubungan Pelanggan*. Edisi ke-15. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran: Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan untuk Kepuasan Pelanggan*. Edisi ke-14. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Edisi ke-14. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Hemsley-Brown, J. (2010). *Kualitas Pelayanan: Pendekatan Terpadu untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- C., Wirtz, J., & Chatterjee, J. (2010). *Kualitas Pelayanan: Teori, Pengukuran, dan Penerapannya dalam Layanan*. Edisi ke-7. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, F. (2001). *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Teori, dan Aplikasinya dalam Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2017). *Jenis-Jenis Kepercayaan dalam Pemasaran: Teori dan Implementasi dalam Perilaku Konsumen*. Edisi ke-7. New Jersey: Pearson Education.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2002). *Servqual: Menganalisis Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Erlangga. Diterjemahkan oleh: Agus Maulana.
- Priyanto, S. (2010). *Koefisien Determinasi: Konsep, Pengukuran, dan Aplikasinya dalam Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2009). *Indikator Kepercayaan dalam Organisasi: Teori, Pengukuran, dan Penerapannya*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sangjadi, M., & Sopiah, S. (2013). *Kepuasan Pelanggan: Faktor, Pengukuran, dan Implikasinya dalam Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Dan Teori Implementasi*. Yogyakarta : ANDI
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, & Azizi. (2020). *Kepercayaan dalam perspektif sosial dan budaya*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Kepuasan Pelanggan: Teori, Pengukuran, dan Strategi Meningkatkankannya*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- F., & Chandra, G. (2014). *Kualitas Pelayanan: Teori dan Aplikasi untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Umar, H. (2009). *Pengujian Hipotesis dan Analisis Data Menggunakan SPSS*. Jakarta: Rajawali Pers.