

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era modern ini membawa dampak besar bagi rumah sakit persaingan semakin tinggi untuk berlomba lomba dalam mencari keunggulan kepada pasien maka dari itu Kepuasan pasien merupakan aspek utama yang sangat perlu diperhatikan oleh manajemen rumah sakit karena dapat menentukan maju mundurnya usaha jasa kesehatan yang dijalankan. Berbagai faktor penentu kepuasan pasien perlu dievaluasi agar rumah sakit dapat memprioritaskan peningkatan pada aspek-aspek yang dianggap penting oleh pasien,

Kepuasan pasien merupakan nilai subjektif terhadap kualitas pelayanan yang diterima pasien dalam industri Kesehatan. Meskipun nilai subyektif ini sangat dipengaruhi oleh pengalaman masa kerja, pendidikan, keadaan emosional dan lingkungan pasien. Kepuasan akan tetap didasari oleh kenyataan yang objektif yang dialami pasien pada saat menerima pelayanan. Pasien yang puas merupakan aset yang sangat berharga karena apabila pasien puas mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya, tetapi jika pasien tidak puas maka pasien tidak akan menggunakan jasa tersebut dan akan memberitahukannya kepada konsumen lain. Oleh karena itu, menciptakan kepuasan pasien perusahaan jasa Kesehatan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pasien yang lebih banyak dan mampu mempertahankan pasiennya. Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat

memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, Pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga tercipta loyalitas Pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan Perusahaan (Tjiptono, 2014)

Kepuasan pasien merupakan salah satu indikator keberhasilan pelayanan kesehatan yang semakin banyak digunakan sebagai alat ukur yang dipercaya untuk menilai keberhasilan penyelenggaraan pelayanan kesehatan yang baik dan pada akhirnya meningkatkan kesehatan masyarakat. Kepuasan pasien merupakan bagian dari kepuasan masyarakat terhadap pelayanan publik dan kinerja dari sistem kesehatan. Tuntutan masyarakat terhadap pelayanan kesehatan cenderung lebih tinggi dengan adanya peningkatan sosial, ekonomi, tingkat pendidikan, budaya, serta adanya arus globalisasi. Arus globalisasi menyebabkan informasi yang didapat menjadi semakin canggih.

Kualitas pelayanan dikatakan memenuhi kebutuhan kepuasan pasien apabila pelayanan yang diberikan mengikuti standart serta kode etik yang disepakati dalam suatu profesi, atau dengan kata lain yaitu apabila suatu pelayanan kesehatan yang diberikan telah mengacu pada standart yang telah ditetapkan oleh profesi yang berkompeten serta tidak menyimpang bagi profesi tersebut. Salah satu cara untuk mempertahankan kualitas rumah sakit yaitu dengan menciptakan kepuasan pasien melalui kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima. (Kotler 2019) dengan meningkatkan kualitas pelayanan apabila sesuai yang dengan diharapkan maka penilaian dari pelanggan akan semakin baik dan memuaskan. Berbagai cara

dilakukan agar mendapatkan kualitas terbaik untuk pelanggan agar mendapatkan kepercayaan dari pelanggan menggunakan jasa yang ditawarkan rumah sakit . jasa merupakan suatu kegiatan yang dapat ditawarkan pada satu pihak kepada pihak lain selain kualitas pelayanan faktor fasilitas juga menjadi pendukung bagi rumah sakit agar mendapatkan penilaian dari pelanggan . Kesehatan pada waktu mendatang cenderung mengarah ke sistem asuransi. Perubahan sistem pembiayaan kesehatan akan menimbulkan berubahnya tipe dan Kualitas hubungan antara pelaksana pelayanan dengan pasien. Pada saat ini masalah Kesehatan sudah menjadi kebutuhan yang utama bagi masyarakat. Kebutuhan yang dimaksud adalah kebutuhan untuk mendapatkan pelayanan Kesehatan yang prima.

Seiring dengan meningkatnya taraf kehidupan masyarakat, maka semakin meningkat pula tuntutan masyarakat akan nilai nilai kesehatan (Khasanah, 2010) Di Indonesia dan beberapa negara berkembang lainnya, muncul kesenjangan di bidang pelayanan kesehatan. Hal ini diakibatkan adanya kondisi ketidaksampaian suatu upaya kesehatan kepada masyarakat yang disebabkan oleh berbagai faktor, yaitu demografi, ekonomi, budaya, politik, dan psikologis. Faktor psikologis ini berhubungan dengan citra dan dampak negatif karena masyarakat memperoleh pelayanan kesehatan yang tidak memuaskan dari pelayanan terbaik yang seharusnya mereka terima. Ketidakpuasan masyarakat muncul akibat sikap dan pelayanan petugas yang tidak ramah, tidak santun, dan tidak bertanggung jawab. Maka, masyarakat pun secara otomatis menghindari pelayanan kesehatan yang diberikan dengan cara-cara tak bersahabat seperti ini. Banyak studi dalam bidang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan telah memberikan kesimpulan yang

jelas. Kegagalan perusahaan untuk mem-berikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, sebanyak 70% adalah karena faktor manusia, sedangkan faktor teknologi dan sistem hanya memberikan kontribusi sekitar 30%. Perusahaan yang berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan hanya menfokuskan kepada perubahan teknologi, pada akhirnya akan kecewa apabila tidak mempersiapkan infrastruktur lain yang lebih penting, yaitu attitude/sikap karyawan

Kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas pelayanan jasa dipersepsikan buruk. (Hutagalung, 2019). Demikian pula sebaliknya fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha dan merupakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam melakukan atau memperlancar suatu kegiatan. Fasilitas juga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan konsumen karena pasien akan menentukan pelayanan yang akan diberikan.

Kesan pasien terhadap pelayanan menjadi peranan yang amat penting. Kualitas pelayanan dapat terpenuhi jika pasien sebagai penerima jasa dapat merasakan layanan yang diberikan oleh pemberi jasa sesuai dengan apa yang

diharapkannya (Ikha Cahya Mei Yunita, Y. j. 2017). Kualitas dapat memberikan suatu efek positif untuk pasien menjalin hubungan yang kuat dengan rumah sakit. Hubungan jangka panjang seperti ini dapat membuat rumah sakit merasakan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan pasien mereka, dengan demikian rumah sakit dapat memaksimalkan layanan yang dapat membuat pengalaman pasien atau pelanggan menjadi menyenangkan dan meminimumkan bahkan meniadakan pengalaman pasien atau pelanggan yang kurang menyenangkan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (dalam Simamora, 2003) untuk menilai dan menentukan kualitas pelayanan ada lima dimensi yang dapat digunakan yaitu keandalan (*reliability*), bukti langsung (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphory*) Sarana pelayanan kesehatan dalam hal ini Rumah Sakit, masih memiliki mutu pelayanan yang rendah ditingkat pelayanan yang diberikan jauh dari yang di harapkan pasien. Padahal yang seharusnya terjadi adalah dalam perkembangan teknologi yang pesat dan persaingan yang semakin ketat, rumah sakit dituntut untuk terus melakukan peningkatan kualitas pelayanan yang bermutu dan memenuhi kebutuhan pelanggan yakni pasien (Depkes RI, 2007) Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah sejak berlaku, seiring dengan meningkatnya tuntutan masyarakat akan pelayanan kesehatan yang bermutu khususnya pada pelayanan pemerintah, maka pemerintah daerah kabupaten harus berupaya meningkatkan pelayanannya di segala bidang.

Dibidang kesehatan tuntutan serupa juga menjadi isu utama dalam penyelenggaraan pemerintahan diera mendatang. Pelayanan kesehatan yang belum

sesuai dengan harapan pasien, maka diharapkan dapat menjadi suatu masukan bagi organisasi layanan kesehatan. agar berupaya untuk memenuhinya. Jika kinerja layanan kesehatan yang diperoleh pasien pada suatu fasilitas layanan kesehatan sesuai dengan harapannya, pasien pasti akan selalu datang berobat ke fasilitas pelayanan kesehatan tersebut, Pasien akan selalu mencari pelayanan kesehatan di RSIA ARTHA MAHIDRUS

RSIA Artha Mahindrus merupakan salah satu rumah sakit ibu dan anak yang berfokus untuk melayani masalah kesehatan seputar Kebidanan dan Kandungan. Adapun layanan unggulan lainnya dari rumah sakit ini, meliputi Kesehatan Gigi dan Mulut serta Anak. RSIA Artha Mahinrus juga dilengkapi dengan fasilitas senam hamil yang sangat direkomendasikan untuk ibu-ibu hamil dalam mempersiapkan persalinan yang nyaman dan santai. Selain itu Rumah sakit ini juga terbagi beberapa kelas atau tingkatan yaitu kelas 1-3 tingkatan dan yang terakhir ada kelas VIV tapi beda harga dengan kelas 1-3 rumah sakit ini masih terkendala dalam pelayanan komunikasi yang tidak efektif waktu tunggu yang lama sehingga membuat pasien kecewa dan rumah sakit juga masih dalam tahap akreditasi jadi masih harus menjalankan tahap tahap agar mencapai akreditasi.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah penelitian yang ingin diketahui oleh peneliti adalah :

1. Rumah Sakit ini masih memiliki mutu pelayanan yang rendah di tingkat pelayanan.
2. Lambatnya dalam menyampaikan informasi upaya kesehatan

3. Waktu tunggu yang lama.
4. Komunikasi yang tidak efektif

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas , peneliti membatasi permasalahan pada kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pasien di RSIA Artha Mahindrus Medan.

1.4. Rumusan Masalah

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di RSIA Artha Mahidrus Medan?
2. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pasien RSIA Artha Mahidrus Medan?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien Artha Mahidrus Medan?

1.5. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di RSIA Artha Mahindrus Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pasien di RSIA Artha Mahindrus Medan.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pasien di RSIA Artha Mahindrus Medan.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Rumah Sakit, sebagai bahan dalam mempelajari kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di RSIA Artha Mahindrus
2. Bagi Peneliti untuk menambah wawasan mengenai manajemen sumber daya manusia yang berfokus pada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pasien di RSIA Artha Mahindrus medan
3. Bagi Peneliti Selanjutnya Sebagai referensi dan perbandingan bagi penelitian yang akan datang juga sebagai informasi bagi pihak yang berkepentingan dalam mengkaji masalah yang sama di masa akan datang.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1. Uraian Teoritis

2.1.1. Kualitas Pelayanan

2.1.1.1 Defenisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan mengupayakan penyampaian layanan secara tepat untuk mengimbangi harapan pelanggan. sudah menjadi kewajiban rumah sakit untuk memeberi kualitas pelayanan yang terbaik. supaya mampu bertahan Dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan, terjadinya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara dokter dan pasien menjadi lebih baik dan berkembang, pasien akan datang kembali untuk berobat kerumah sakit hingga terciptalah loyalitas pasien. Dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*wourd of mouth*) yang menguntungkan rumah sakit.

Kualitas pelayanan kesehatan adalah mengacu pada tingkat kesempurnaan pelayanan kesehatan , dimana dikemukakan ada dua tingkat harapan pelanggan pada jasa yaitu *adequate* dan *desired service* . *adequate* adalah tingkat kinerja minimal yang bisa diterima . sedangkan *desired service* adalah tingkat kinerja jasa yang dharapkan pelangga diterimannya , yang merupakan gabungan dari harapan apa yang bisa dan harus diterima. (Azwar1996).

Kualitas pelayanan dapat meningkatkan kemampuan organisasi untuk mempertahankan pelanggan yang selanjutnya akan mempengaruhi profitabilitas melalui esensi biaya, peningkatan penjualan premium harga dan promosi produk

gratis yang dilakukan pelanggan yang puas melalui komunikasi dari mulut ke mulut tentang kualitas produk yang diterimanya (*Heskett, Sasser dan Schlisnger Tjiptoo*). Suatu produk akan memiliki kekuatan yang dapat memberikan manfaat jika diiringi dengan pelayanan yang berkualitas sehingga dapat menghadapi persaingan dan krunungan (*Christover Lovelock, Flora dan Debbie*).

2.1.1.2 Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan

Unsur-unsur kualitas pelayanan menurut Saleh (2013) antara lain adalah sebagai berikut:

1. Penampilan, Personal dan fisik sebagaimana layanan kantor depan (resepsionis memerlukan persyaratan seperti berpenampilan menarik, badar harus tegap/tidak cacat, tutur bahasa menarik, familier dalam berperilaku, penampilan penuh percaya diri).
2. Tepat Waktu dan Janji, Secara utuh dan prima petugas pelayanan dalam menyampaikan perlu diperhitungkan janji yang disampaikan kepada pelanggan bukan sebaliknya selalu ingkar janji. Demikian juga waktu jika mengutarakan 2 hari selesai harus betul-betul dapat memenuhinya
3. Kesiediaan Melayani, Sebagaimana fungsi dan wewenang harus melayani kepada para pelanggan, konsekuensi logis petugas harus benar-benar bersedia melayani kepada para pelanggan.
4. Pengetahuan dan Keahlian, Petugas Pelayanan harus memiliki tingkat pendidikan tertentu dan pelatihan tertentu yang disyaratkan dalam jabatan serta memiliki pengalaman yang luas di bidangnya

5. Kesopanan dan Ramah, Masyarakat pengguna jasa Pelayanan itu sendiri dan lapisan masyarakat baik tingkat status ekonomi dan sosial rendah maupun tinggi terdapat perbedaan karakternya maka petugas pelayanan masyarakat diuntut adanya. keramahtamahan dalam melayani, sabar, tidak egois dan santun bertutur kata kepada pelanggan.
6. Kejujuran dan kepercayaan, Pelayanan ini oleh pengguna jasa dapat dipergunakan berbagai aspek, maka dalam penyelenggaraannya harus transparan dari aspek kejujuran, jujur dalam bentuk aturan, jujur dalam pembiayaan dan jujur dalam penyelesaian waktunya. Dari aspek kejujuran ini petugas pelayanan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelayan yang dipercaya dari segi sikapnya, dapat dipercaya dari tutur katanya, dapat dipercayakan dalam menyelesaikan akhir pelayanan sehingga otomatis pelanggan merasa puas. Unsur pelayanan prima dapat ditambah unsur yang lain.
7. Kepastian Hukum, Bila setiap hasil yang tidak mempunyai kepastian hukum jelas akan mempengaruhi sikap masyarakat, misalnya pengurusan KTP, KK dan lain- lain bila ditemukan cacat hukum akan mempengaruhi kredibilitas instansi yang mengeluarkan surat legitimasi tersebut.
8. Keterbukaan, Secara pasti bahwa setiap urusan/kegiatan yang memperlakukan izin, maka ketentuan keterbukaan perlu ditegakkan. Keterbukaan itu akan mempengaruhi unsur-unsur kesederhanaan, kejelasan informasi kepada masyarakat.

9. Efisien, Dari setiap pelayanan dalam berbagai urusan, tuntutan masyarakat adalah efisiensi dan efektifitas dari berbagai aspek sumber daya sehingga menghasilkan biaya yang murah waktu yang singkat dan tepat serta kualitas yang tinggi. Dengan demikian efisiensi dan efektifitas merupakan tuntutan yang harus diwujudkan dan perlu diperhatikan secara serius.
10. Biaya, Pemantapan pengurusan dalam pelayanan diperlukan kewajaran dalam penentuan pembiayaan, pembiayaan harus disesuaikan dengan daya beli masyarakat dan pengeluaran biaya harus transparan dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan.
11. Tidak Rasial, Pengurusan pelayanan dilarang membeda-bedakan kesukuan agama, aliran dan dengan demikian segala urusan harus memenuhi jangkauan yang luas dan merata
12. Kesederhanaan, Prosedur dan tata cara pelayanan kepada masyarakat untuk diperhatikan kemudahan, tidak berbelit-belit dalam pelaksanaan

2.1.1.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Pelayanan memainkan peran yang sangat penting karena pelayanan merupakan aktivitas pendukung dalam kegiatan pemasaran. Kualitas pelayanan merupakan perbedaan antara kenyataan dengan harapan konsumen. Atas pelayanan yang mereka terima. David Garvin mendefinisikan delapan dimensi kualitas yang dapat digunakan pada tingkat strategis untuk menganalisa karakteristik kualitas. Delapan dimensi Garvin's ini sebagai berikut:

1. *Performance* (kinerja) adalah karakteristik utama dari produk.
2. *Features* (gambaran) adalah aspek kinerja kedua.

3. *Reliability* (keandalan) adalah kemungkinan keberhasilan kinerja digambarkan dalam fungsi yang lebih spesifik selama periode dan kondisi tertentu.
4. *Conformance* (kesesuaian) adalah tingkat karakteristik desain dan pemberian produk sesuai dengan standar yang ada.
5. *Durability* (daya tahan) adalah suatu alat ukur masa produk atau daya tahan dari suatu produk sebelum menjadi rusak, sangat erat kaitannya dengan *reliability* (keandalan) dan *service ability* (kemampuan pelayanan).
6. *Service ability* (kemampuan pelayanan) yaitu kecepatan, keramahan persaingan dan kemudahan untuk memperbaiki.
7. *Aesthetic* (keindahan) adalah bagaimana produk tersebut terlihat, dirasakan atau dicium yang lebih banyak bersifat individual dan sangat subjektif.
8. *Perceived quality* (pengamatan mutu) adalah pelanggan tidak selalu mempunyai informasi yang lengkap mengenai produk atau layanan sehingga pengukuran secara tidak langsung terhadap mutu hanya berdasarkan pada perbandingan produk.

Perkembangan teori Parasuraman (1988) menyederhanakan dimensi di atas menjadi lima dimensi pokok yang dikenal dengan SERQUAL (*service quality*) yang terdiri dari:

1. Bukti fisik (*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*) adalah 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*) adalah 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*) adalah pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen, antara lain:
 - a. Komunikasi (*communication*), yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengerti apa yang diinformasikan pegawai serta dengan cepat dan tanggap menyikapi keluhan dan komplain dari para pelanggan..

- b. Kredibilitas (*credibility*). perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, believability atau sifat kejujuran, menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.
 - c. Keamanan (*security*), adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan mampu memberikan suatu jaminan kepercayaan
 - d. Kompetensi (*competence*), yaitu keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dapat dilaksanakan dengan optimal.
 - e. Sopan santun (*courtesy*), dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jaminan akan kesopansantunan yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.
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

2.1.1.4 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2011), faktor-faktor dominan di dalam pelayanan jasa terdiri dari:

1. *Technical Quality*, yaitu komponen yang berhubungan dengan kualitas output jasa yang diterima pelanggan. Technical quality dapat dirinci lagi menjadi:
 - a) Kualitas yang dapat dinilai sebelumnya misalnya biaya.
 - b) Kualitas yang dapat dinilai oleh pasien setelah mendapatkan pelayanan seperti keandalan dan kecepatan pelayanan
 - c) Kualitas yang sulit dinilai walupun klien telah merasakan atau mendapatkan pelayanan yang diberikan contohnya kualitas oprasi jantung.
2. Komponen yang berhubungan dengan kualitas cara penyampaian produk jasa.
3. Reputasi, profil, dan daya tarik khusus perusahaan.

2.1.1.5 Pengukuran Kualitas Pelayanan

Parasuraman, Zeithaml dan Berry (dalam Tjiptono, 2011), mengemukakan bahwa kesenjangan yang disebabkan antara jasa yang diterima dengan jasa yang diharapkan dapat mempengaruhi penilaian kualitas jasa. Dengan cara membandingkan nilai kualitas pelayanan dengan nilai kepuasan konsumen secara menyeluruh menjadi pedoman untuk perusahaan yang bergerak dibidang jasa dalam memberikan kualitas jasa kepada konsumen.

2.1.2. Fasilitas

2.1.2.1 Pengertian Fasilitas

Fasilitas adalah sarana yang disediakan untuk mempermudah suatu kegiatan dibuat untuk melayani atau memudahkan melakukan tujuan tertentu atau merupakan sarana dan prasarana untuk melakukan kegiatan tertentu. Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan fasilitas sebagai segala sesuatu yang merupakan perlengkapan aktual dan diberikan oleh dealer bantuan untuk membantu kenyamanan pelanggan. Menurut (Tjiptono dan Chandra, 2012) fasilitas adalah aset aktual yang harus ada sebelum bantuan ditawarkan kepada klien. Fasilitas di rumah sakit yang diberikan seperti penyediaan obat-obatan, peralatan klinis, kenyamanan dan kerapian ruang istirahat dan ruang perawatan dan tempat parkir harus dijaga dan diperhatikan fasilitas semua itu memudahkan klien untuk bekerja sama di area bantuan, jadi semua fasilitas saat ini, khususnya keadaan fasilitas, puncak dari rencana dalam dan luar, dan kerapian fasilitas harus dipikirkan, terutama yang secara tegas dikaitkan dengan apa yang dirasakan atau didapat klien secara langsung.

Seperti yang ditunjukkan oleh Tjiptono (2006) berbagai jenis administrasi, pemahaman pembeli dibentuk dari kerjasama antara klien dan fasilitas mempengaruhi sifat administrasi. Komponen-komponen yang berpengaruh signifikan terhadap rencana tata usaha adalah sebagai berikut

1. Sifat dan tujuan organisasi, Sifat suatu jasa sering kali menentukan berbagai persyaratan desainnya. Sebagai contoh desain rumah sakit perlu mempertimbangkan ventilasi yang memadai, ruangan peralatan medis

yang representatif, ruang tunggu pasien yang nyaman, dan kamar pasien yang bersih. Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapa manfaat yaitu perusahaan mudah dikenali dan menjadi ciri khas tersendiri.

2. Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat, Setiap perusahaan jasa membutuhkan lokasi untuk mendirikan fasilitas jasa. Dalam menentukan lokasi fisik, perusahaan perlu mempertimbangkan beberapa faktor yaitu kemampuan finansial peraturan pemerintah yang berkaitan dengan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah , dan lain – lain.
3. Fleksibilitas, Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan pada saat volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko keuangan relatif besar. Kedua kondisi tersebut yang menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan kemungkinan perkembangan dimasa akan datang.
4. Faktor estetis, Fasilitas yang tertata rapih, menarik akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap jasa, selain itu aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasi kerjanya juga meningkat. Ada beberapa aspek yang perlu ditata, misalnya tinggi langit – langit bangunan, lokasi jendela dan pintu, bentuk pintu yang beraneka ragam, dan dekorasi interior.
5. Masyarakat dan lingkungan sekitar, Masyarakat (terutama masalah sosial dan lingkungan hidup) dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan

peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan. Apabila perusahaan tidak mempertimbangkan faktor ini, maka kelangsungan hidup perusahaan bisa terancam.

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

2.1.2.2 Indikator Fasilitas

Tjiptono (2006) ada beberapa unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas jasa, yaitu:

1. Pertimbangan atau perencanaan parsial merupakan aspek – aspek seperti proporsi, tekstur, warna, dan lain – lain perlu dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.
2. Perancang ruang mencakup perencanaan interior dan arsitektur seperti Perabotan dan perlengkapan dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain – lain seperti penempatan ruang pertemuan perlu diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan.
3. Perlengkapan atau perabotan, perlengkapan berfungsi sebagai sarana pelindung barang – barang berharga, sebagai tanda penyambutan bagi para konsumen.

4. Tata cahaya, yang perlu diperhatikan adalah warna jenis dan aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan.
5. Warna, dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang digunakan untuk interior jasa perlu dilakukan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.
6. Pesan – pesan yang disampaikan secara grafis, aspek penting yang terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu.

2.1.3. Kepuasan Pasien

2.1.3.1 Pengertian Kepuasan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang ketika keinginannya atau harapannya terpenuhi. Hal ini dapat terjadi dalam konteks layanan, produk, atau kehidupan secara umum. Pengukuran kepuasan penting dalam menyediakan layanan yang lebih baik, efisien, dan efektif. Kepuasan konsumen menjadi suatu hal yang diharapkan setiap perusahaan dan merupakan menjadi tolak ukur sebuah perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran. Perusahaan yang ingin mencapai tujuan untuk mendapatkan keuntungan dan mempertahankan kehidupan perusahaan dalam menghadapi persaingan di dunia industri, maka kepuasan konsumen menjadi sesuatu yang harus diperhatikan dan dipertahankan.

Kepuasan pasien dan pelanggan menjadi indikator yang utama dalam keberhasilan suatu rumah sakit, jika pasien dan pelanggan merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh rumah sakit maka akan berdampak positif dengan profit yang akan didapatkan. Kepuasan pasien yang meningkat dapat menimbulkan loyalitas pasien kepada rumah sakit dan minat untuk berkunjung kembali. Dengan demikian dapat dikatakan kualitas pelayanan sebagai salah satu kunci keberhasilan rumah sakit untuk meningkatkan kepuasan pasien dan menjaga loyalitas pelanggannya (Fidela Firwan Firdaus & Arlina Dewi , 2015).

Kepuasan menurut (Kotler dan Keller, 2009), adalah perasaan senang dan kecewa yang timbul dari diri seseorang dikarenakan membandingkan kinerja yang dipersepsikan dengan ekspektasinya. Pelanggan akan merasa puas apabila apa yang menjadi ekspektasinya terpenuhi, dan apabila apa yang menjadi ekspektasinya tidak terpenuhi maka pelanggan menjadi tidak merasa puas. Kepuasan merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman mengkonsumsi suatu produk ataupun jasa. Kepuasan pelanggan menurut (Nasution, 2010), kepuasan adalah suatu respon atau tanggapan pelanggan terhadap evaluasi apa yang dirasakan tidak sesuai antara harapan sebelum pemakaian dengan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan pada hal ini adalah kesesuaian antara kinerja produk dan jasa sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan (Sunarto, 2004).

Tentunya ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi seberapa puas seseorang dalam mengkonsumsi suatu produk. Faktor ini dapat berupa faktor

dari produk itu sendiri maupun sejumlah faktor pendukung seperti kemudahan mendapatkan produk, layanan yang didapat saat membeli produk, layanan purna jual dan masih banyak lagi.

2.1.3.2 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Kualitas Produk, Tidak dapat disangkal, kualitas dari suatu produk merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan seorang pelanggan. Apabila seorang pelanggan merasa puas dengan suatu produk, tentu pelanggan tersebut besar kemungkinan akan kembali untuk membeli produk tersebut. Sebaliknya, apabila kualitas dari produk buruk dan jauh dibandingkan dengan kompetitor, tentu akan berakibat produk Anda dihindari oleh pelanggan.

Penentuan harga yang tepat juga mempengaruhi tingkat kepuasan dari pelanggan. Apabila produk Anda berkualitas dan memiliki mutu yang baik, Anda dapat menetapkan harga yang lebih tinggi namun tetap wajar. Sebaliknya, apabila Anda menetapkan harga yang tinggi tetapi kualitas produk tidak sepadan, pelanggan akan merasa produk Anda overprice dan merasa kecewa hingga marah.

Aksesibilitas atau kemudahan merujuk pada kemudahan dalam mendapatkan produk atau jasa, hingga kemudahan melakukan transaksi. Semakin mudah seseorang mendapatkan suatu produk tanpa prosedur yang panjang dan berbelit, semakin cenderung merasa puas pelanggan tersebut.

Layanan atau servis disini mencakup layanan keseluruhan mulai dari saat pelanggan hendak membeli suatu produk, saat melakukan transaksi hingga layanan purna jual. Bayangkan apabila Anda hendak membeli suatu komputer di

toko, namun dihadapkan pada petugas yang cuek, tidak informatif dan tidak adanya layanan purna jual yang jelas. Tentu Anda akan merasa kesal dan menghindari membeli produk tersebut atau membeli di toko tersebut. Oleh karenanya, layanan yang diberikan dan dirasakan oleh pelanggan saat hendak mendapatkan atau membeli suatu produk juga secara tidak langsung mempengaruhi kepuasan dari pelanggan tersebut.

Faktor lainnya berupa waktu respon merupakan bagian dari faktor servis atau layanan di atas, namun seringkali dilupakan atau diabaikan. Pelanggan akan merasa senang dan puas apabila mendapatkan pelayanan dengan cepat dan tepat. Anda perlu merespon pertanyaan, masalah hingga keluhan dari pelanggan secara cepat. Seorang pelanggan yang mengirimkan email pertanyaan mengenai ketersediaan suatu produk dan baru mendapatkan jawaban dari sales pada 2 hari berikutnya tentu berpotensi kehilangan pelanggan tersebut. Pelanggan tersebut dapat saja sudah beralih membeli di tempat lain atau membeli merek kompetitor.

Demikian sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dari pelanggan yang perlu Anda perhatikan saat menjalankan suatu bisnis atau usaha. Pelanggan yang puas akan meningkatkan pendapatan serta menguatkan posisi produk serta meningkatkan loyalitas pelanggan pada merek Anda.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian adalah suatu penyelidikan terorganisasi atau penyelidikan yang hati-hati dan kritis dalam mencari fakta untuk menentukan sesuatu. Kata Penelitian adalah terjemahan dari kata research yang berasal dari bahasa Inggris. Menurut (Dr.

Sandu Siyoto, SKM., 2015). Adapun penelitian terdahulu yang menjadi acuan dari penelitian ini dapat dilihat pada Tabel dibawah ini

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama penliti Tahun terbit	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil penelitian
1.	Randi Gunawan 2023	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk KUR Mikro di BSI outlet kepahiang	$X_1 =$ Kualitas pelayanan $X_2 =$ produk KUR	Menunjukkan bahwa indikator Responsives, tanggibels, reability, assurance dan emphaty berpengaruh positif terhadap Kualitas pelayanan pelaku umkm
2	Gilang Rikhi Ramadhana Sugiyono (2022)	Pengaruh Harga Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Nay Coffe Surabaya	$X_1 =$ Harga $X_2 =$ Promosi $X_3 =$ kualitas pelayanan $Y =$ Kepuasan konsumen	Menunjukkan bahwa harga promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif an sigmifikan terhadap kepuasan konsumen pada nay cofe surabaya
3	Miftahul Jannah , Vina Meliana (2022)	Pengaruh Kualitas Produk dan Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Ngemil Banana chips	$X_1 =$ Kualitas produk $X_2 =$ Relationship Marketing $Y =$ Kepuasan Konsumen	Menunjukkan kualitas produk dan Relationship Marketing berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan
4	Reforman Bago , Agus Sutardjo, Meri Dwi Anggraini (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas produk Terhadap Kepuasan	$X_1 =$ kualitas pelayanan $X_2 =$ kualitas produk $Y =$ kepuasa konsumen	Menunjukan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan

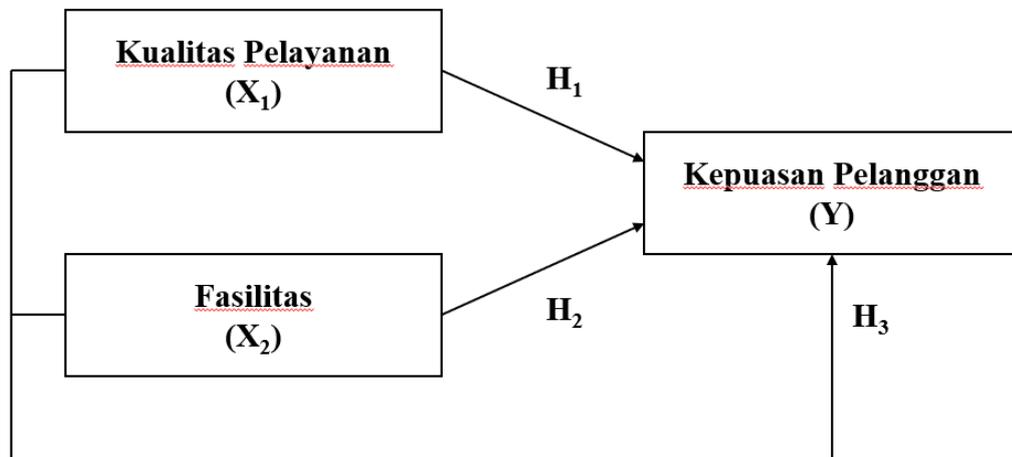
		Konsumen pada Cafe els Coffe Di Padang		konsumen pada els coffe di padang
5	Noviana Windy Lubis 2021	Pengaruh kualitas poduk dan harga terhadap loyalitas Pelanggan HANDPHONE VIVO di kota pinang	Kualitas produk (X_1) Harga (X_2) Loyalitas konsumen (Y)	Menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna handphone vivo Dan harga berpengaruh positif terhadap loyaltas pelanggan pada pengguna handphone vivo
5	Miftahul Jannah , Vina Meliana (2002)	Pengaruh Kualitas Produk dan Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Ngemil Banana chips	X_1 = Kualitas produk X_2 = Relationship Marketing Y= Kepuasan Konsumen	Menunjukkan kualitas produk dan Relationship Marketing berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan

Sumber: diolah dari berbagai jurnal / 2024

2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah penjelasan sementara gejala yang menjadi obyek permasalahan penelitian. Kerangka konseptual berguna untuk menjelaskan secara lengkap dan detail tentang suatu topik yang akan menjadi pembahasan, dan berasal dari konsep ilmu atau teori yang digunakan untuk landasan penelitian ilmiah, yang berawal dari tinjauan pustaka. Menurut Nursalam (2017), kerangka konsep penelitian merupakan abstraksi dari suatu realitas sehingga dapat

dikomunikasikan dan membentuk teori yang menjelaskan keterkaitan antara variabel yang diteliti.



Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual

Keterangan:

H₁ = X₁ Y

H₂ = X₂. Y.

H₃ = X₁.X₂. Y

2.4. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian yang dikemukakan. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara.

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pasien di RSIA Artha Mahindrus.
2. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pasien di RSIA Artha Mahindrus
3. Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pasien di RSIA Artha Mahindrus.