

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH SAKIT UMUM
SISMA MEDICA DI KARANGGEDE**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Disusun oleh :

MUHAMMAD HENDRA YOSI S

NIM : B 100 050 126

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2009

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masalah kesehatan bagi masyarakat telah menjadi suatu kebutuhan yang utama. Kebutuhan yang dimaksud adalah untuk mendapatkan pelayanan kesehatan prima. Seiring dengan keadaan sosial masyarakat yang semakin meningkat, dimana masyarakat semakin sadar kualitas atau mutu pelayanan kesehatan yang lebih berorientasi pada kepuasan konsumen. Artinya berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan mengevaluasi berdasarkan kacamata konsumen. Hal ini berarti pelayanan kesehatan bukan hanya menyembuhkan, tetapi juga mampu memberikan kepuasan bagi konsumen.

Salah satu lembaga kesehatan adalah Rumah Sakit. Fungsi Rumah Sakit sekarang ini bertambah ke arah pelayanan kesehatan yang menyeluruh. Fungsi ini meliputi upaya penyembuhan bagi konsumen yang sakit maupun konsumen yang membutuhkan konsultasi kesehatan dan upaya pencapaian serta peningkatan kesehatan.

Sebagai perusahaan pelayanan jasa, fungsi pemasaran memegang peranan penting pada Rumah Sakit. Hal tersebut patut disadari mengingat perkembangan jaman dan globalisasi diberbagai sektor kehidupan menuntut Rumah Sakit untuk terus mengembangkan dirinya agar tetap dapat bertahan. Dengan kata lain perlu, adanya usaha dari pihak Rumah Sakit untuk mempertahankan kinerja

pemasarannya agar tetap berkelanjutan. Oleh karena itu perlu dikembangkan sebuah konsep pemasaran yang tetap agar Rumah Sakit dapat mencapai keadaan yang diinginkan.

Di Indonesia terdapat dua jenis lembaga Rumah Sakit dengan fungsi yang berbeda yaitu Rumah Sakit Pemerintah yang mengembangkan fungsi politis dan sosial, dan Rumah Sakit Swasta yang mengembangkan fungsi sosial dan yang berorientasi laba. Di sisi lain, kebijakan otonomi daerah yang diberlakukan mulai Januari 2005 mempunyai pengaruh yang besar terhadap pengelolaan Rumah Sakit dan penentu peran Rumah Sakit dimasa yang akan datang.

Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan pelanggan, kualitas yang diberikan oleh pihak perusahaan akan memberi dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat sehingga akan berdampak jangka panjang bagi perusahaan. Ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan dan kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan bahkan meniadakan pengalaman pelanggan yang tidak menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang telah memberikannya.

Dalam perusahaan jasa, kualitas pelayanan adalah hal yang sangat penting sehingga perusahaan yang bergerak dibidang jasa senantiasa meningkatkan kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan terdiri dari : (Lupiyoadi, 2001:147)

1. *Tangible* (Penampilan fisik)

Adalah penampilan fasilitas fisik layanan perusahaan, meliputi kemudahan mengunjungi Rumah Sakit, kenyamanan ruang tunggu, penampilan staf Rumah Sakit.

2. *Reliability* (Keandalan)

Adalah kemampuan rumah sakit dalam melaksanakan janji dengan tepat dan terpercaya.

3. *Responsiveness* (Tanggapan)

Adalah kemampuan rumah sakit untuk melayani konsumen dengan cepat, meliputi penjelasan petugas mengenai perawatan.

4. *Assurance* (Kepastian)

Adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, meliputi kemampuan mendiagnosa atau menganalisis masalah dengan tepat, sopan santun dan keramahan petugas Rumah Sakit.

5. *Emphaty* (Perhatian)

Adalah kemampuan untuk memahami dan memberikan perhatian kepada konsumen, meliputi perhatian terhadap keluhan konsumen.

Walaupun demikian hal tersebut diatas belum tentu mampu memuaskan para pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan setelah pembelian diyakini tergantung kepada kinerja yang ditawarkan dengan harapan sebelumnya. Seperti definisi berikut ini “Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya”. (Kotler, 2002:42).

Kepuasan pelanggan yang tinggi ditimbulkan oleh kualitas pelayanan yang maksimal dan jika kualitas pelayanan yang diberikan buruk maka harapan konsumen tidak akan pernah tercapai hal ini berarti perusahaan tersebut akan bangkrut. Dengan demikian hanya perusahaan-perusahaan yang mampu memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi sejalan yang akan mampu bersaing dan bertahan untuk hidup dan selanjutnya berkembang.

Banyaknya pelayanan Rumah Sakit yang memberikan bidang usaha yang sama membuat Rumah Sakit berpikir keras untuk menemukan jalan guna menjaga konsumen tetap memilih jasa yang dihasilkan dalam rangka pemenuhan kebutuhannya, sehingga konsumen merasa puas dan tidak berpindah ke Rumah Sakit yang lain. Hal ini sesuai dengan konsep pemasaran yakni bahwa pencapaian sasaran organisasi tergantung pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan penyampaian kepuasan yang didambakan lebih efektif (Philip Kotler 1997: 17).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH SAKIT UMUM SISMA MEDICA DI KARANGGEDE ”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas yang telah di jelaskan secara singkat dapat dirumuskan permasalahannya, sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara *tangible* terhadap tingkat kepuasan konsumen RSUD SISMA MEDICA di Karanggede?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara *reliability* terhadap tingkat kepuasan konsumen RSUD SISMA MEDICA di Karanggede?
3. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara *responsiveness* terhadap tingkat kepuasan konsumen RSUD SISMA MEDICA di Karanggede?
4. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara *assurance* terhadap tingkat kepuasan konsumen RSUD SISMA MEDICA di Karanggede?
5. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara *empathy* terhadap tingkat kepuasan konsumen RSUD SISMA MEDICA di Karanggede?
6. Apakah *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen?

C. Batasan Masalah

1. Lokasi penelitian adalah RSUD SISMA MEDICA di Karanggede.
2. Responden yang menjadi obyek penelitian adalah pasien yang sedang dirawat di RSUD SISMA MEDICA di Karanggede.
3. Variabel penelitian pelayanan yang akan diteliti adalah *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat kualitas pelayanan *tangible* terhadap tingkat kepuasan konsumen RSUD SISMA MEDICA di Karanggede.
2. Untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat kualitas pelayanan *reliability* terhadap tingkat kepuasan konsumen RSUD SISMA MEDICA di Karanggede.
3. Untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat kualitas pelayanan *responsiveness* terhadap tingkat kepuasan konsumen RSUD SISMA MEDICA di Karanggede.
4. Untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat kualitas pelayanan *assurance* terhadap tingkat kepuasan konsumen RSUD SISMA MEDICA di Karanggede.
5. Untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat kualitas pelayanan *empathy* terhadap tingkat kepuasan konsumen RSUD SISMA MEDICA di Karanggede.
6. Untuk menganalisis pengaruh variable *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen RSUD SISMA MEDICA di Karanggede.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Rumah Sakit

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi manajemen Rumah Sakit dalam menentukan langkah kebijaksanaan dimasa yang akan datang.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan satu kesempatan yang baik untuk mengetahui secara langsung masalah yang dihadapi oleh Rumah Sakit mengenai kualitas pelayanan serta membandingkan dengan teori yang diperoleh selama mengikuti kuliah.

3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran dan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian lainnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan.

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini membahas tentang pengertian pemasaran dan manajemen pemasaran, pemasaran jasa, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen. Ditambah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, kajian pemikiran terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas tentang metode penelitian, penentuan obyek yang terdiri atas populasi dan sampel, metode pengumpulan data, pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menerangkan tentang gambaran umum subyek penelitian, hasil analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan-kesimpulan dan saran-saran.