

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. UJI KUALITAS INSTRUMEN DAN DATA

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana dapat mengukur mengenai apa yang harus diukur. Suatu butir pertanyaan pada setiap variabel dikatakan valid apabila nilai r hitung $> 0,207$ dan nilai signifikansi $< 0,05$. Hasil uji validitas ditunjukkan oleh tabel 5.1 sebagai berikut:

TABEL 5.1.
Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir	R	Sig	Keterangan
Bentuk Fisik (<i>Tangible</i>)	1	0,591	0,000	Valid
	2	0,616	0,000	Valid
	3	0,514	0,000	Valid
	4	0,673	0,000	Valid
	5	0,552	0,000	Valid
Keandalan (<i>Reliability</i>)	1	0,478	0,000	Valid
	2	0,622	0,000	Valid
	3	0,694	0,000	Valid
	4	0,635	0,000	Valid
	5	0,709	0,000	Valid
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	1	0,568	0,000	Valid
	2	0,702	0,000	Valid
	3	0,650	0,000	Valid
	4	0,670	0,000	Valid
	5	0,756	0,000	Valid
Jaminan (<i>Assurance</i>)	1	0,573	0,000	Valid
	2	0,622	0,000	Valid
	3	0,758	0,000	Valid
	4	0,656	0,000	Valid
	5	0,522	0,000	Valid

Empati (<i>Empathy</i>)	1	0,566	0,000	Valid
	2	0,632	0,000	Valid
	3	0,775	0,000	Valid
	4	0,689	0,000	Valid
	5	0,644	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan	1	0,680	0,000	Valid
	2	0,565	0,000	Valid
	3	0,514	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah

Pada tabel 5.1 menunjukkan bahwa hasil dari uji validitas yang diperoleh dari setiap butir pertanyaan dari variabel bentuk fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan kepuasan pelanggan adalah $< 0,05$ atau nilai r hitung $> 0,207$. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap butir pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu pengukuran untuk menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa adanya kesalahan dan dapat dipercaya (Sekaran dan Bougie, 2017). Pengujian reliabilitas instrumen adalah dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alfa*. Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai alfa $\geq 0,6$. Sementara apabila nilai alfa tidak $\geq 0,6$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang rendah. Hasil uji reliabilitas ditunjukkan oleh tabel 5.2 sebagai berikut:

TABEL 5.2.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Bentuk Fisik (Tangibles)	0,890	0,6	Reliabel
Keandalan (Reliability)	0,875	0,6	Reliabel
Daya Tanggap (responsiveness)	0,873	0,6	Reliabel
Jaminan (assurance)	0,871	0,6	Reliabel
Empati (empathy)	0,884	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,891	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel 5.2 menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas pada setiap instrumen adalah $> 0,06$. Hal tersebut berarti instrument yang digunakan pada penelitian ini adalah reliabel dan dapat dapat dipercaya.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresim variabel pengganggu atau residual terdistribusi normal (Ghozali dalam Fauziah, 2018). Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kormogorov Smirnov. Data dikatakan terdistribusi normal apabila tingkat signifikansi $> 0,05$. Hasil uji normalitas ditunjukkan oleh tabel 5.3 sebagai berikut:

TABEL 5.3.
Hasil Uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov		
Statistic	df	Sig.
0,059	90	0,200

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel 5.3 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas pada penelitian ini adalah $0,200 > 0,05$ yang berarti dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan normal.

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki korelasi diantara variabel independen (Ghozali dalam Fauziah, 2018). Model dikatakan tidak terdapat multikolinearitas apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10 . Hasil uji multikolinearitas ditunjukkan oleh tabel 5.4 sebagai berikut:

TABEL 5.4.
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Tangible	0,539	1,857
Reliability	0,371	2,692
Responsiveness	0,358	2,784
Assurance	0,364	2,748
Empathy	0,437	2,287

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 5.4 menunjukkan bahwa hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini adalah nilai tolerance yang diperoleh adalah $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 . Maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terdapat masalah multikolinearitas.

5. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah model terdapat perbedaan *variance* dari residual pengamatan terhadap pengamatan lainnya. Penelitian dapat dikatakan terbebas dari heterokedastisitas apabila tingkat signifikansi diantara variabel independent $> 0,05$. Hasil uji Glejser (heterokedastisitas) ditunjukkan oleh tabel 5.5 sebagai berikut:

TABEL 5.5
Hasil Uji Glejser

Model	t	Sig.
Constant	-0,755	0,452
Tangible	1,028	0,307
Reliability	-0,564	0,574
Responsiveness	0,409	0,684
Assurance	-1,215	0,228
Empathy	1,901	0,061

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 5.5 menunjukkan bahwa hasil uji glejser pada penelitian ini adalah $> 0,05$ yang berarti dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

B. HASIL PENELITIAN

1. Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk memahami arah hubungan variabel independen terhadap variabel dependen yang berhubungan positif atau

negatif. Pada penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4) dan *empathy* (X5). Sementara variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y). Hasil dari uji regresi linier berganda ditunjukkan oleh tabel 5.6 sebagai berikut:

TABEL 5.6
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Standar Koefisien	t	sig.	Kesimpulan
Tangible	0,092	1,443	0,153	Tidak signifikan
Reliability	0,314	4,074	0,000	Signifikan
Responsiveness	0,055	0,706	0,482	Tidak signifikan
Assurance	0,412	5,281	0,000	Signifikan
Empathy	0,191	2,685	0,000	Signifikan
R ²	0,814			
Adjust R ²	0,803			
F sig	0,000			
n	90			
Variabel dependen: Kepuasan Pelanggan				

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 5.6 menunjukkan bahwa hasil uji regresi linear berganda pada penelitian ini menghasilkan nilai koefisien pada setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien dari setiap variabel ditunjukkan dari kolom standar koefisien pada tabel 5.6 diatas. Variabel *tangible* memiliki nilai koefisien sebesar 0,092, variabel *reliability* sebesar 0,314, variabel *responsiveness* sebesar 0,055, variabel *assurance* sebesar 0,412 dan variabel *empathy* sebesar 0,191.

Dari hasil uji regresi linier berganda yang ditunjukkan pada tabel 5.5 diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,092 (X1) + 0,314 (X2) + 0,055 (X3) + 0,412 (X4) + 0,191 (X5)$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

X1 = *Tangible*

X2 = *Reliability*

X3 = *Responsiveness*

X4 = *Assurance*

X5 = *Empathy*

Berdasarkan persamaan uji regresi linier berganda dan menunjukkan nilai koefisien dari masing-masing variabel. Maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) $\beta_1 = 0,092$, berdasarkan persamaan regresi linier berganda nilai koefisien variabel *tangible* (X1) adalah sebesar 0,092. Apabila variabel *tangible* naik sebesar 1 satuan maka tingkat kepuasan pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,092.
- 2) $\beta_2 = 0,314$, berdasarkan persamaan regresi linier berganda nilai koefisien variabel *reliability* (X2) adalah sebesar 0,314. Apabila variabel *reliability* naik sebesar 1 satuan maka tingkat kepuasan pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,413.

- 3) $\beta_3 = 0,055$, berdasarkan persamaan regresi linier berganda nilai koefisien variabel *responsiveness* (X3) adalah sebesar 0,055. Apabila variabel *responsiveness* naik sebesar 1 satuan maka tingkat kepuasan pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,055.
 - 4) $\beta_4 = 0,412$, berdasarkan persamaan regresi linier berganda nilai koefisien variabel *assurance* (X4) adalah sebesar 0,412. Apabila variabel *assurance* naik sebesar 1 satuan maka tingkat kepuasan pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,412.
 - 5) $\beta_5 = 0,191$, berdasarkan persamaan regresi linier berganda nilai koefisien variabel *empathy* (X5) adalah sebesar 0,191. Apabila variabel *empathy* naik sebesar 1 satuan maka tingkat kepuasan pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,191.
- a. Uji Parsial (uji t)

Uji parsial bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Uji parsial melihat dan mengetahui bagaimana pengaruh bentuk fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Pratama Firdaus. Apabila tingkat signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen yang diuji berpengaruh terhadap variabel dependen. Sementara jika tingkat signifikansi $> 0,05$ maka variabel independen yang diuji tidak

berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji parsial ditunjukkan oleh tabel 5.7 sebagai berikut:

TABEL 5.7
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	t	Sig.
Tangible	1,443	0,152
Reliability	4,074	0,000
Responsiveness	0,706	0,482
Assurance	5,281	0,000
Empathy	2,685	0,009

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil uji parsial seperti yang ditunjukkan pada tabel 5.7 diatas dapat di interpretasikan sebagai berikut:

1) Variabel Bentuk Fisik (*Tangible*)

Hasil dari pengujian hipotesis yang ditunjukkan oleh tabel 5.7 memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,153. Dengan demikian nilai signifikansi yang diperoleh $> 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bentuk fisik (*tangible*) tidak memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan. Oleh karena itu berdasarkan hasil uji parsial hipotesis (H1) tidak dapat diterima.

2) Variabel Keandalan (*Reliability*)

Hasil dari pengujian hipotesis yang ditunjukkan oleh tabel 5.7 memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian nilai signifikansi yang diperoleh $< 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel keandalan (*reliability*) memiliki

pengaruh positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan. Oleh karena itu berdasarkan hasil uji parsial hipotesis (H2) dapat diterima.

3) Variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Hasil dari pengujian hipotesis yang ditunjukkan oleh tabel 5.7 memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,482. Dengan demikian nilai signifikansi yang diperoleh $> 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel daya tanggap (*responsiveness*) tidak memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan. Oleh karena itu berdasarkan hasil uji parsial hipotesis (H3) tidak dapat diterima.

4) Variabel Jaminan (*Assurance*)

Hasil dari pengujian hipotesis yang ditunjukkan oleh tabel 5.7 memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian nilai signifikansi yang diperoleh $< 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan. Oleh karena itu berdasarkan hasil uji parsial hipotesis (H4) dapat diterima.

5) Variabel Empati (*Empathy*)

Hasil dari uji hipotesis yang ditunjukkan oleh tabel 5.7 memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,009. Dengan demikian nilai signifikansi yang diperoleh $< 0,05$. Maka dapat

disimpulkan bahwa variabel empati (*empathy*) memiliki pengaruh positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan. Oleh karena itu berdasarkan hasil uji parsial hipotesis (H5) dapat diterima.

b. Uji Simultan (uji F)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Uji simultan bertujuan untuk menguji variabel bentuk fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada Klinik Pratama Firdaus. Variabel independen dapat dikatakan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen apabila probabilitas atau tingkat signifikansi $< 0,05$. Sementara apabila tingkat signifikansi $> 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Hasil uji simultan dapat dilihat pada tabel 5.8 sebagai berikut:

TABEL 5.8
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	78,908	5	15,782	73,680	0,000
Residual	17,992	84	0,214		
Total	96,900	89			

Sumber: Data diolah

Berdasarkan dari hasil uji simultan (uji F) pada tabel 5.8 menunjukkan bahwa tingkat signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,000. Dengan demikian tingkat signifikansi yang diperoleh $< 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen pada penelitian ini berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan variabel independent mampu menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol sampai satu. Apabila nilai mendekati satu menandakan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 5.9 sebagai berikut:

TABEL 5.9
Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.902 ^a	.814	.803	.46281

Sumber: Data diolah

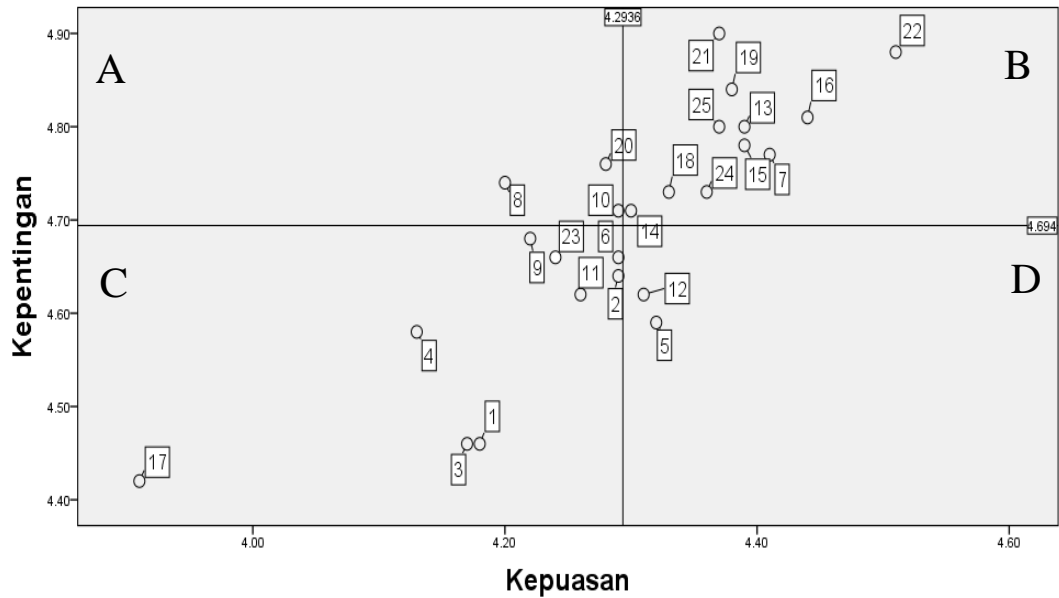
Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 5.9 menunjukkan bahwa nilai R Square (R^2) adalah sebesar 0,814. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 81,4% sementara sisanya 18,6% dijelaskan oleh variabel diluar model dalam penelitian ini.

2. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan alat analisis untuk mengukur tingkat kepuasan atau pada pelayanan jasa. Metode ini melakukan pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa yang diberikan dan mengetahui bagaimana keinginan konsumen. Berdasarkan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* diperoleh hasil bahwa variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* memberikan tingkat kepuasan secara keseluruhan sebesar 91,47%. Hal tersebut dapat berarti bahwa tingkat kepuasan yang diperoleh mampu memenuhi Standar Pelayanan Minimal (SPM) yang ditetapkan oleh Menteri Kesehatan sebesar 90% pada pelayanan rawat jalan. Hal tersebut berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia (Kepmenkes RI) nomor 129 Tahun 2009 tentang Standar Pelayanan Minimal (SPM).

Analisis pada metode *Importance Performance Analysis (IPA)* juga menggunakan diagram kartesius untuk tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan diukur dengan membandingkan harapan dari konsumen dengan pelayanan yang dirasakan. Pada diagram kartesius menggunakan sumbu X dan sumbu Y. Sumbu X diperoleh dari skor rata-rata kepuasan, sementara sumbu Y diperoleh dari rata-rata skor kepentingan. Diagram kartesius akan terbagi menjadi 4 kuadran, yaitu

kuadran A, B, C dan D. Hasil dari diagram kartesius ditunjukkan oleh gambar 5.1 sebagai berikut:



GAMBAR 5.1.
Diagram Kartesius

Berdasarkan diagram 5.1 diatas menunjukkan bahwa dari 25 pertanyaan yang diajukan kepada responden pada penelitian ini terbagi menjadi 4 kuadran. Hasil dari diagram kartesius tersebut adalah sebagai berikut:

a. Kuadran A (Prioritas Utama)

Pada kuadran A terdapat item pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan yang berobat ke Klinik Pratama Firdaus. Namun, terdapat pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan/pasien masih ada yang belum sesuai dengan harapan, sehingga perlu menjadi prioritas dalam pelayanannya. Beberapa item diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Item nomor 8 (Dokter memiliki pengetahuan, pengalaman dan berkompeten sesuai bidangnya)
- 2) Item nomor 10 (Klinik memberikan kualitas pelayanan yang baik)
- 3) Item nomor 20 (Klinik mampu memberikan kepercayaan kepada pasien)

b. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Pada kuadran B terdapat item pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan yang berobat ke Klinik Pratama Firdaus. Pada kuadran ini pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan/pasien sudah sesuai dengan harapan. Sehingga klinik telah berhasil memberikan kepuasan dan wajib untuk mempertahankan pelayanan yang diberikan. Beberapa item diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Item nomor 7 (Dokter menangani pasien dengan cepat dan tepat)
- 2) Item nomor 13 (Petugas klinik memberikan penjelasan atas penyakit yang diderita pasien)
- 3) Item nomor 14 (Petugas klinik memberikan informasi perawatan dengan jelas dan mudah dimengerti)
- 4) Item nomor 15 (Dokter cepat tanggap dalam mengatasi keluhan dan permasalahan pasien)
- 5) Item nomor 16 (Kerahasiaan data pasien terjaga)

- 6) Item nomor 18 (Petugas klinik memberikan rasa nyaman atas pelayanan yang diberikan)
- 7) Item nomor 19 (Dokter atau petugas klinik menerangkan tindakan pengobatan dengan jelas sehingga pasien merasa aman dalam menjalani pengobatan)
- 8) Item nomor 21 (Dokter memberikan dukungan emosional, perhatian dan motivasi supaya pasien cepat sembuh)
- 9) Item nomor 22 (Pelayanan yang diberikan kepada pasien sama tanpa membedakan status sosial)
- 10) Item nomor 24 (Petugas klinik memahami kebutuhan pasien)
- 11) Item nomor 25 (Petugas klinik memberikan waktu untuk berkonsultasi)

c. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Pada kuadran C terdapat item pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan yang berobat ke Klinik Pratama Firdaus. Pada kuadran ini item dianggap tidak terlalu penting dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan/pasien yang berobat. Sehingga item dapat dipertimbangkan pengaruhnya dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan atau pasien. Beberapa item diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Item nomor 1 (Pakaian petugas klinik bersih dan rapih)

- 2) Item nomor 2 (Klinik memiliki tempat dan ruangan yang bersih)
 - 3) Item nomor 3 (Klinik memiliki papan petunjuk yang jelas dan mudah ditemukan)
 - 4) Item nomor 4 (Jumlah kursi di ruang tunggu cukup untuk menampung pasien)
 - 5) Item nomor 6 (Prosedur pendaftaran dan pelayanan yang cepat)
 - 6) Item nomor 9 (Ketersediaan obat-obatan memadai)
 - 7) Item nomor 11 (Petugas menjalin komunikasi yang baik dengan pasien)
 - 8) Item nomor 17 (Satu satpam jaga pada klinik cukup untuk menjaga keamanan)
 - 9) Item nomor 23 (Petugas peka terhadap saran dan kritik dari pasien)
- d. Kuadran D (Berlebihan)

Pada kuadran D terdapat item pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan yang berobat ke Klinik Pratama Firdaus. Pada kuadran ini item dianggap memberikan efek yang berlebihan dari apa yang diharapkan oleh pelanggan/pasien. Namun pelayanan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Beberapa item diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Item nomor 5 (Klinik memiliki ruang tunggu yang nyaman)

- 2) Item nomor 12 (Petugas memberikan pelayanan dengan tanggap)

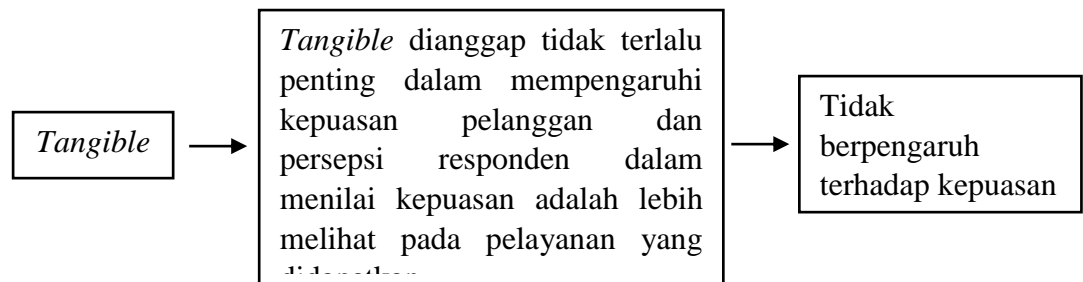
C. PEMBAHASAN

Kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan yang dirasakan oleh setiap individu dengan membandingkan harapan dan kinerja dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa (Khusaini, 2016). Konsumen atau pelanggan akan merasa kecewa apabila kinerja yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang telah diharapkan, tetapi jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Berdasarkan hasil penelitian dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) yang menggunakan variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* diperoleh bahwa kepuasan yang dirasakan oleh responden adalah sebesar 91,47%. Hal tersebut menunjukkan bahwa Klinik Pratama Firdaus telah memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen.

1. Pengaruh Variabel *Tangible* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dimensi *tangible* dalam kualitas pelayanan merupakan bentuk realisasi secara bentuk fisik dapat dilihat atau digunakan oleh pegawai atau petugas sesuai dengan kegunaan dan manfaatnya dapat dirasakan oleh pelanggan. Sehingga dapat memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Kepuasan menunjukkan adanya prestasi pada kinerja

pelayanan yang diberikan (Parasuraman dalam Jayanti, 2016). Setiap pelanggan menginginkan pelayanan dan merasakan pentingnya bentuk fisik sebagai pendukung pemberian pelayanan. Pelayanan dalam bentuk fisik (*tangible*) dapat berupa teknologi yang digunakan, penampilan fisik petugas, peralatan dan fasilitas pendukung. Karakteristik pelayanan dalam bentuk fisik (*tangible*) adalah dapat dilihat. Skema pengaruh *tangible* terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan pada gambar 5.2 sebagai berikut:



GAMBAR 5.2
Skema Pengaruh *Tangible* Terhadap Kepuasan

Hasil menunjukkan bahwa variabel *tangible* tidak memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Tidak terdapatnya pengaruh dari variabel *tangible* terhadap kepuasan pelanggan karena responden yang cenderung tidak menganggap penting pengaruh dari fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan fisik petugas dan papan informasi pada klinik terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut terjadi karena apabila terdapat penurunan maupun peningkatan pelayanan dari dimensi *tangible* yang tidak berubah secara signifikan maka pelanggan tidak merasakan dampaknya terhadap kepuasan yang dirasakan oleh responden. Menurut Tjiptono (2016) menyatakan

bahwa salah satu dimensi kualitas jasa adalah *Quality-enhancing factors*, dimana aspek jasa dapat memberikan dampak positif apabila tingkat kinerjanya tinggi, namun tidak ada dampak negatif yang signifikan apabila kinerjanya rendah. Beberapa faktor diantaranya adalah kebersihan dan ketersediaan.

Hipotesis (H1) tidak dapat diterima. Hasil yang ditunjukkan pada penelitian ini memiliki hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi Dkk (2019) serta Tiza dan Febri (2019). Namun, disisi lain hasil pada penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Supartiningsih (2017) dan Safiera (2017) yang memiliki hasil dengan variabel *tangible* tidak memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.

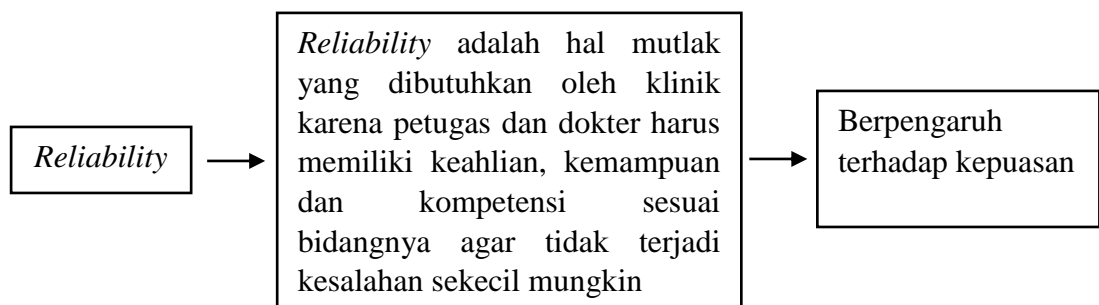
Disisi lain berdasarkan hasil diagram kartesius pada gambar 5.1 menunjukkan bahwa item pertanyaan mengenai dimensi *tangible* mayoritas lebih banyak berada pada kuadran C. Sehingga dimensi *tangible* dianggap tidak terlalu penting dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan item pertanyaan nomor 1, 2, 3 dan 4 berada pada kuadran C. Hasil yang ditunjukkan pada gambar 5.1 (diagram kartesius) mendukung pernyataan dari hasil regresi linier berganda yang dilakukan.

Kepuasan dari dimensi *tangible* berkaitan dengan daya tarik dari fasilitas fisik, penampilan karyawan dan perlengkapan. Menurut Tjiptono (2014) salah satu kualitas pelayanan yang baik harus

memberikan kenyamanan pada konsumen. Apabila ditinjau dari dimensi *tangible* kenyamanan tersebut meliputi ruang tunggu yang nyaman, kebersihan tempat, terdapat informasi dan yang lainnya. Kondisi dimana pelanggan merasa puas adalah ketika persepsi atau harapan pelanggan dapat dipenuhi dengan kinerja pelayanan yang diberikan.

2. Pengaruh Variabel *Reliability* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dimensi *reliability* berkaitan dengan kemampuan klinik dalam memberikan pelayanan secara akurat, cepat dan terpercaya. Pelanggan menuntut pelayanan tanpa terjadi kesalahan sekecil mungkin. Tuntutan keandalan dari petugas maupun dokter pada klinik dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tepat menjadi syarat dalam menunjukkan aktualisasi kinerja yang memahami lingkup kerja dan bekerja sesuai dengan keahlian dan kemampuannya. Keandalan dalam memberikan pelayanan dapat dilihat dari tingkat pengetahuan, keterampilan dan kemampuan sesuai dengan bidangnya. Skema pengaruh *reliability* terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan oleh gambar 5.3 sebagai berikut:



GAMBAR 5.3
Skema Pengaruh *Reliability* Terhadap Kepuasan

Hasil menunjukkan bahwa variabel *reliability* berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Terdapatnya pengaruh dari variabel *reliability* terhadap kepuasan karena responden menganggap bahwa keandalan dari petugas menjadi suatu hal yang penting dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Pelanggan menuntut bahwa petugas maupun dokter yang bertugas harus memiliki keandalan, pengetahuan, keterampilan dan kemampuan yang sesuai bidangnya. Apabila hal tersebut tidak terpenuhi maka akan terjadi kesalahan yang tidak diinginkan oleh pelanggan. Sehingga peningkatan maupun penurunan pelayanan pada dimensi *reliability* akan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2016) salah satu dimensi kualitas adalah *hygiene factors*, dimana terdapat aspek jasa yang mutlak sangat dibutuhkan, diantaranya adalah reliabilitas dan kompetensi.

Hipotesis (H2) pada penelitian ini dapat diterima. Hasil yang ditunjukkan pada penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi Dkk (2019), Safiera (2017), Supartiningsih (2017) serta Tiza dan Febri (2019).

Disisi lain berdasarkan hasil diagram kartesius pada gambar 5.1 menunjukkan bahwa item pertanyaan pada dimensi *reliability* tersebar pada kuadran A, B dan C. Pada kuadran A terdapat item pertanyaan nomor 8 dan 10, artinya item tersebut masih perlu peningkatan pelayanannya. Pada kuadran B terdapat item pertanyaan nomor 7,

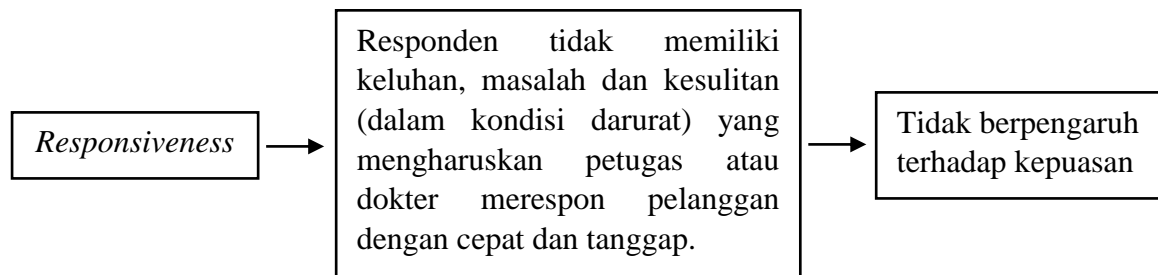
artinya item tersebut perlu dipertahankan kualitas pelayanannya. Pada kuadran C terdapat item pertanyaan nomor 6 dan 9, artinya dianggap tidak terlalu penting dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dengan adanya tiga pertanyaan yang terdapat pada kuadran A dan B maka pernyataan hasil regresi linier berganda terdukung oleh hasil diagram kartesius.

Kepuasan dari dimensi *reliability* berkaitan dengan kemampuan dalam memberikan pelayanan secara akurat, tepat, dan segera tanpa terjadi kesalahan. Menurut Tjiptono (2014) salah satu pelayanan yang berkualitas harus memiliki akurasi dalam pelayanan, yaitu dengan minim melakukan kesalahan dalam memberikan pelayanan. Apabila pelayanan sudah akurat, tepat dan tidak terjadi kesalahan sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas.

3. Pengaruh Variabel *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dimensi *responsiveness* berkaitan dengan ketanggapan petugas serta keinginan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat (Parasuraman dalam Jayanti, 2016). *Responsiveness* menekankan pada perhatian dan kecepatan dalam menghadapi permintaan, keluhan, pertanyaan serta kesulitan pelanggan. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa memberikan alasan yang jelas akan memberikan persepsi negatif pada kualitas pelayanan (Assegaff dalam Suwaldiman, 2014). Apabila terdapat keluhan dan kesulitan dari pelanggan segera diatasi secara profesional

maka akan memberikan persepsi positif pada kualitas pelayanan. Skema pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan pada gambar 5.4 sebagai berikut:



GAMBAR 5.4
Skema Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan

Hasil menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Tidak terdapatnya pengaruh dari variabel *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan karena responden menganggap dimensi *responsiveness* tidak terlalu memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan yang dirasakan. Selama responden datang ke klinik tidak terdapat masalah, keluhan, serta kesulitan atau dalam kondisi darurat yang mengharuskan petugas merespon pelanggan dengan cepat dan tanggap. Maka responden tidak terlalu merasakan perbedaan yang dirasakan jika terjadi peningkatan maupun penurunan kualitas pelayanannya. Kemungkinan lain dapat berupa bahwa terdapat variabel lain yang memberikan dampak yang lebih besar terhadap kepuasan yang dirasakan. Sehingga peningkatan ataupun penurunan kualitas pelayanan dari dimensi *responsiveness* tidak terlalu dirasakan.

Hipotesis (H3) tidak dapat diterima pada penelitian ini. Hasil pada penelitian ini memiliki hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi Dkk (2019), Safiera (2017) serta Tiza dan Febri (2019). Namun, disisi lain hasil pada penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Supartiningsih (2017) yang memiliki hasil variabel *responsiveness* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

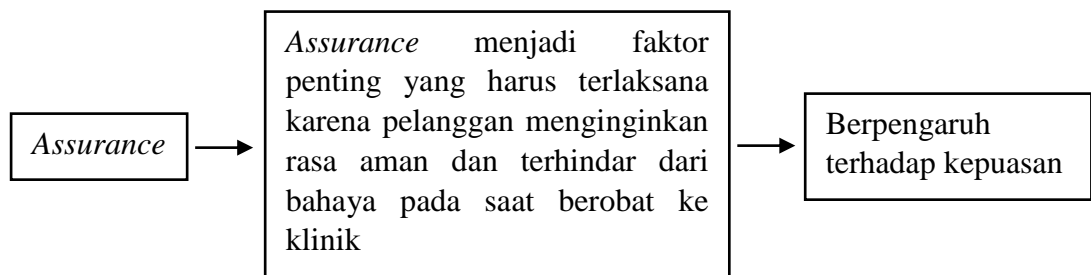
Disisi lain berdasarkan hasil diagram kartesius pada gambar 5.1 menunjukkan bahwa item pertanyaan dimensi *responsiveness* mayoritas berada pada kuadran B. Sehingga dimensi *responsiveness* telah memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan dan harus dipertahankan. Hal tersebut ditunjukkan dengan item pertanyaan nomor 13, 14 dan 15 berada pada kuadran B. Dari hasil kedua metode (regresi linier berganda dan IPA) menunjukkan hasil yang bertolak belakang.

Kepuasan dari dimensi *responsiveness* berkaitan dengan kemampuan dalam membantu pelanggan, merespon kebutuhan pelanggan serta memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap. Menurut Tjiptono (2014) salah satu kualitas pelayanan yang baik mampu memberikan kemudahan kepada pelanggan, membantu pelanggan serta memfasilitasi kebutuhan pelanggan. Apabila penyedia layanan dapat merespon dengan cepat dan tanggap terhadap keluhan, kesulitan dan masalah pelanggan serta dapat membantu pelanggan

sesuai dengan harapan pelanggan. Maka pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

4. Pengaruh Variabel *Assurance* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dimensi *assurance* berkaitan dengan pengetahuan, kesopanan pegawai, serta kemampuan dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan kepada pelanggan. Setiap bentuk pelayanan perlu kepastian dari pelayanan yang diberikan. Kepastian dari suatu pelayanan dapat ditentukan dari jaminan pegawai dalam memberikan pelayanan. Jaminan yang diberikan oleh pegawai dapat dirasakan dari kinerja pelayanan. Kinerja pelayanan yang memberikan rasa aman, pelayanan dengan handal dan profesional akan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Jaminan dapat mencakup kesopanan, terbebas dari bahaya dan resiko kerugian. Skema pengaruh *assurance* terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan oleh gambar 5.5 sebagai berikut:



GAMBAR 5.5
Skema Pengaruh *Assurance* Terhadap Kepuasan

Hasil menunjukkan bahwa variabel *assurance* berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Terdapatnya pengaruh dari variabel *assurance* terhadap kepuasan pelanggan karena dimensi *assurance* merupakan faktor penting yang harus terlaksana pada Klinik

Pratama Firdaus. Pelanggan dalam melakukan pengobatan ke Klinik Pratama Firdaus menginginkan rasa aman dan terhindar dari bahaya. Karena tujuan pelanggan melakukan pengobatan adalah agar sembuh dan terbebas dari penyakit. Apabila tidak terdapat rasa aman tentu akan membuat pelanggan enggan datang kembali ke Klinik Pratama Firdaus untuk berobat. Maka dari itu klinik harus memberikan jaminan rasa aman dan percaya kepada setiap pelanggan yang datang ke Klinik Pratama Firdaus. Perubahan kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan yang pelanggan rasakan.

Hipotesis (H4) dapat diterima pada penelitian ini. Hasil yang ditunjukkan pada penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi Dkk (2019), Safiera (2019), Supartiningsih (2017) serta Tiza dan Febri (2019).

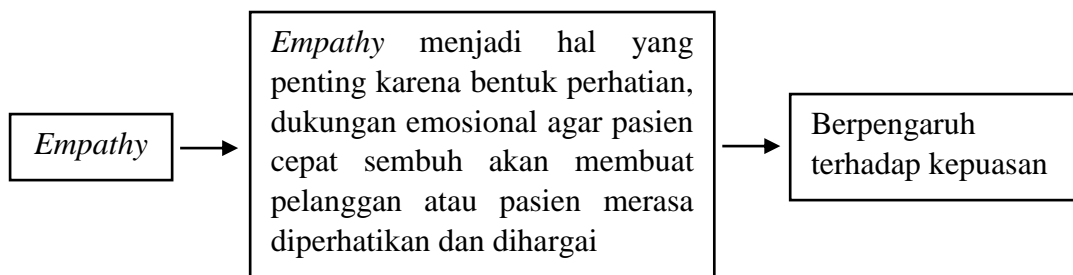
Disisi lain berdasarkan hasil dari diagram kartesius pada gambar 5.1 menunjukkan bahwa item pertanyaan dimensi *assurance* mayoritas berada pada kuadran B. Sehingga dimensi *assurance* telah memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan dan harus dipertahankan. Hal tersebut ditunjukkan dengan item pertanyaan nomor 16, 18 dan 19 berada pada kuadran B. Hasil yang ditunjukkan pada gambar 5.1 (diagram kartesius) mendukung pernyataan dari hasil regresi linier berganda yang dilakukan.

Kepuasan dari dimensi *assurance* berkaitan dengan perilaku karyawan yang dapat menumbuhkan rasa percaya, menciptakan rasa

aman dan menguasai pengetahuan serta keterampilan dalam mengatasi masalah. Pelanggan akan merasa puas apabila harapan atau persepsi pelanggan dalam memberikan rasa aman dan percaya dapat dipenuhi oleh penyedia layanan jasa.

5. Pengaruh Variabel *Empathy* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dimensi *empathy* berkaitan dengan perhatian yang diberikan secara tulus dan bersifat personal kepada pelanggan dengan upaya untuk memahami keinginan pelanggan. Suatu penyedia layanan jasa diharapkan mampu memberikan perhatian kepada pelanggan, memahami keinginan pelanggan secara spesifik dan memberikan pelayanan dengan nyaman kepada pelanggan. Memberikan empati kepada pelanggan akan membuat pelanggan merasa dihargai, penting dan dimengerti oleh layanan jasa. Empati menjadi sangat penting dalam menunjukkan kualitas layanan dengan tujuan mencapai kepuasan pelanggan. Skema pengaruh *empathy* terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan oleh gambar 5.6 sebagai berikut:



GAMBAR 5.6
Skema Pengaruh *Empathy* Terhadap Kepuasan

Hasil menunjukkan bahwa variabel *empathy* berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Terdapatnya pengaruh

dari variabel *empathy* terhadap kepuasan pelanggan karena responden merasa empati merupakan hal yang sangat penting bagi pelanggan. Bentuk perhatian yang diberikan kepada pelanggan membuat pelanggan merasa dihargai dan penting. Perhatian yang diberikan berupa motivasi, dukungan emosional agar pasien cepat sembuh. Sehingga bentuk empati yang dirasakan oleh pelanggan akan membuat pelanggan merasa diperhatikan dan dihargai. Peningkatan ataupun penurunan kualitas pelayanan dalam dimensi *empathy* akan berdampak pada kepuasan yang pelanggan rasakan.

Hipotesis (H5) pada penelitian ini dapat diterima. Hasil yang ditunjukkan pada penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi Dkk (2019) serta Tiza dan Febri (2019).

Disisi lain berdasarkan diagram kartesius pada gambar 5.1 menunjukkan bahwa item pertanyaan dimensi *empathy* mayoritas berada pada kuadran B. sehingga dimensi *empathy* telah memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan dan harus dipertahankan. Hal tersebut dibuktikan dengan item pertanyaan nomor 21, 22, 24 dan 25 yang berada pada kuadran B. Hasil yang ditunjukkan pada gambar 5.1 (diagram kartesius) mendukung pernyataan dari hasil regresi linier berganda yang dilakukan.

Kepuasan dari dimensi *empathy* berkaitan dengan perhatian yang diberikan kepada pelanggan secara personal dengan tulus. Sebuah

layanan diharapkan mampu memiliki pengertian, pengetahuan tentang pelanggan serta mampu memberikan dukungan emosional kepada pelanggan. Pelanggan akan merasa puas ketika harapan terhadap dimensi *empathy* dapat dipenuhi oleh penyedia layanan jasa.