

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses sosial manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang diinginkan dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai dengan orang lain atau satu sama lain (Kotler,2008:2).

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik pada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Swasta, 2006:4).

Berdasarkan definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan pemasaran dilakukan bukan semata-mata untuk menjual barang atau jasa tetapi untuk memberikan kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan pasien. Pemasaran juga merupakan suatu system keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, dan menawarkan barang dan jasa yang dapat memuaskan keinginan mereka untuk menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

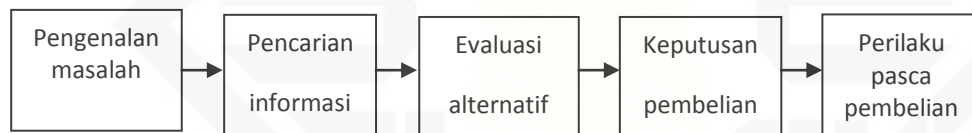
Dalam ilmu pemasaran, perusahaan harus mengetahui proses pasien hingga mereka memutuskan untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Kepuasan pasien produk atau jasa adalah keputusan pembeli tentang merek produk atau jasa mana yang akan dibeli (Kotler dan Armstrong, 2008:181).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kepuasan pasien merupakan menentukan tindakan atau pengambilan keputusan dari beberapa alternatif yang kemudian dipilih salah satu atau lebih untuk dibeli.

Para pemasar harus memahami setiap sisi perilaku pasien. Para pasien akan melewati lima tahap proses kepuasan pasien yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, kepuasan pasien, dan perilaku pasca pembelian. Proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian sebagai pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, kepuasan pasien, dan perilaku pasca pembelian. Proses kepuasan pasien bisa dilihat pada gambar dibawah ini



**Gambar 2. 1 Proses pengambilan kepuasan pasien
(Sumber Kotler dan Armstrong, 2008:179)**

1. Pengenalan Masalah

Kebutuhan dapat didefinisikan sebagai suatu kesenjangan atau pertentangan yang dialami antara suatu kenyataan dengan dorongan yang ada dalam diri. Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal, Kotler (2008:205). Pasien yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Para pemasar perlu mengidentifikasi

keadaan yang memicu kebutuhan tertentu, dengan mengumpulkan sejumlah informasi dari sejumlah pasien.

Keputusan oleh pasien dapat digolongkan dalam pengambilan keputusan yang kompleks karena bersifat psikologis. Proses keputusan oleh pasien dimulai dengan adanya pengenalan kebutuhan yang mulai dirasakan dan dikenal. Adanya kebutuhan tersebut disebabkan karena pasien merasakan adanya ketidaksesuaian antara keadaan yang aktual dengan keadaan yang diinginkan. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Nugroho (2006:43), pengenalan masalah atau kebutuhan didefinisikan sebagai pemahaman terhadap perbedaan antara kondisi ideal atau kondisi aktualnya namun ketidaksesuaian sudah cukup untuk menimbulkan dan menilai proses keputusan.

Proses membeli diawali saat pembeli menyadari akan adanya masalah kebutuhan dalam dirinya. Pembeli menyadari terhadap perbedaan dalam kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkannya. Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan dari dalam diri pembeli atau kebutuhan normal seseorang (internal) seperti rasa lapar, dahaga, dan lain sebagainya. Dan bisa pula disebabkan rangsangan dari luar (eksternal).

2. Pencarian Informasi

Pasien yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Kita dapat membaginya dalam dua level rangsangan. Situasi pencarian informasi yang lebih ringan dinamakan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penguatan perhatian. Pada level ini, orang hanya sekadar lebih peka terhadap informasi produk. Pada level selanjutnya orang itu mungkin aktif mencari informasi: mencari bahan bacaan, menelepon teman, dan mengunjungi toko atau perusahaan untuk mempelajari produk tertentu. (Kotler,2008:206).

Yang menjadi perhatian utama pemasar adalah sumber-sumber informasi utama yang menjadi acuan pasien dan pengaruh relatif tiap sumber tersebut terhadap kepuasan pasien selanjutnya. Sumber-sumber informasi pasien terdiri dari empat kelompok yaitu : (1) sumber pribadi; keluarga, teman, tetangga, dan kenalan, (2) sumber komersial; iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan (3) sumber publik; media masa, organisasi penentu peringkat pasien, (4) sumber pengalaman; penanganan, pengkajian, dan pemakaian produk (Kotler, 2008:206).

Pencarian informasi dilakukan pasien ketika memandaung bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Pasien akan mencari informasi yang tersimpan di dalam ingatannya (pencarian internal) dan mencari informasi dari luar (pencarian eksternal). Pencarian internal dilakukan dengan dua langkah yaitu pasien akan berusaha mengingat semua produk dan merek dan yang kedua adalah pasien akan fokus kepada produk dan merek yang sangat dikenalnya.

Pasien mungkin cukup sampai pencarian internal jika apa yang telah dicari telah terpenuhi. Jika tidak, pasien akan berlanjut ke tahap

pencarian eksternal. Informasi yang dicari melalui pencarian eksternal biasanya meliputi alternatif merek yang tersedia, kriteria evaluasi untuk membandingkan merek, dan tingkat kepentingan dari berbagai kriteria evaluasi. Melalui pengumpulan informasi, pasien akan mempelajari merek-merek yang bersaing beserta dengan fitur atau fasilitas yang ditawarkan.

Seorang pasien yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Pencarian informasi ini dapat dibedakan menjadi dua tingkat yaitu pertama, keadaan tingkat pencarian informasi yang sedang-sedang saja yang disebut perhatian yang meningkat. Kedua, pencarian informasi yang aktif dimana seorang akan mencarinya secara aktif seperti mencari bahan bacaan, menelepon teman-temannya dan melakukan kegiatan mencari untuk mempelajari yang lain.

3. Evaluasi Alternatif

Kotler (2008:207), mengemukakan bahwa terdapat beberapa konsep dasar dalam memahami proses evaluasi pasien. Pertama, pasien berusaha memenuhi kebutuhan. Kedua, pasien mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, pasien memandaung masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan itu. Kebutuhan yang diminati oleh pembeli berbeda-beda tergantung jenis produknya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kriteria evaluasi tidak lebih daripada dimensi atau atribut tertentu yang digunakan dalam menilai alternatif-alternatif pilihan. Kriteria evaluasi diantaranya mencakup harga, nama merek dan negara asal. Setelah menentukan kriteria evaluasi, pasien menentukan alternatif mana yang akan dipilih. Sedangkan determinan yang digunakan pasien selama pengambilan keputusan terdiri dari pengaruh situasi, kesamaan alternatif pilihan, motivasi, keterlibatan dan pengetahuan. Kaidah keputusan sebagai strategi untuk membuat pilihan akhir, disimpan dalam ingatan dan diperoleh kembali jika dibutuhkan.

Pasien akan memproses informasi tersebut untuk membuat pilihan merek untuk membuat keputusan akhir. Ada beberapa proses evaluasi keputusan. Kebanyakan dari model evaluasi pasien sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandaung pasien sebagai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional.

4. Kepuasan pasien

Setelah melalui tahap evaluasi alternatif, tahap selanjutnya adalah tahap kepuasan pasien. Pada tahap ini pasien mengambil keputusan mengenai kapan membeli, dimana membeli dan bagaimana membayar. Pembelian merupakan fungsi dari dua deteminan, yaitu niat pembelian dan pengaruh lingkungan, dan/ atau perbedaan individu. Niat pembelian pasien dapat digolongkan menjadi dua kategori yaitu (1) produk dan merek, dan (2) kelas produk.

Kepuasan pasien dipengaruhi oleh faktor-faktor antara lain: (1) faktor pendirian orang lain, terjadi karena dua hal yaitu : banyaknya pengaruh negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai pasien dan motivasi pasien untuk memenuhi keinginan orang lain. (2) faktor situasi yang tidak diantisipasi, faktor ini dapat muncul dan mengubah niat pembeli, seperti:kehilangan pekerjaan, beberapa pembeli mungkin mendesak atau percaya, dan lain-lain. Jadi preferensi dan niat pembelian bukanlah peramalan perilaku pasien yang benar-benar handal.

Menurut Nugroho (2010:44), pembelian dipengaruhi oleh sikap dari pengalaman dan intensitas pembelian yang lebih konsisten dari pada pengalaman yang tidak langsung. Sedangkan sikap dan intensitas pembelian dipengaruhi oleh empat hal penting yaitu aksi, target, waktu dan konteks.

Pada tahap evaluasi pasien membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan. Pasien juga membentuk tujuan membeli untuk merek yang paling disukai. Walaupun demikian ada dua faktor yang dapat mempengaruhi tujuan membeli dan kepuasan pasien pasien. Faktor yang pertama adalah sikap orang lain, faktor ini tergantung pada dua hal intensitas sikap negatif orang lain tersebut terhadap alternatif pilihan pasien, dan motivasi pasien untuk menuruti keinginan orang lain tersebut. Semakin tinggi intensitas sikap orang lain tersebut akan semakin besar kemungkinan pasien akan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyesuaikan tujuan pembeliannya. Kemudian tujuan pembelian juga dipengaruhi oleh faktor keadaan yang tidak terduga.

5. Perilaku sesudah pembelian

Setelah pasien melakukan pembelian, maka pasien akan mengevaluasi hasil pembelian yang dilakukannya. Hasil evaluasi setelah pembelian dapat berupa kepuasan atau ketidakpuasan. Jika pasien merasa puas, maka keyakinan dan sikap yang terbentuk akan berpengaruh positif terhadap pembelian selanjutnya. Rasa puas dari pasien berfungsi untuk meningkatkan loyalitas sehingga akan meningkatkan penjualan perusahaan, sedangkan ketidakpuasan akan menimbulkan keluhan yang negatif dan upaya minta ganti rugi apabila produk tersebut merugikan pasien. Hal ini akan berdampak pada penurunan tingkat penjualan produk atau jasa yang berpengaruh pada kemajuan dan tingkat produktifitas perusahaan. Ini mencerminkan bahwa mempertahankan pelanggan yang ada merupakan hal yang sangat penting dalam upaya meningkatkan produktifitas dan citra perusahaan. Nugroho (2010:45), juga mengemukakan hal yang sama, bahwa tingkat kepuasan dan ketidakpuasan merupakan hasil “*feedback*” kepada memori dan akan mempengaruhi keputusan-keputusan berikutnya baik pada tingkat kepuasan maupun pada proses lain yang serupa. Produk yang dilakukan pasien akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Pasien tersebut juga akan terlibat dalam tindakan-tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang akan menarik minat pemasar. Pekerjaan pemasar tidak akan berakhir pada saat suatu produk di beli, tetapi akan tetap berlangsung hingga periode sesudah pembelian

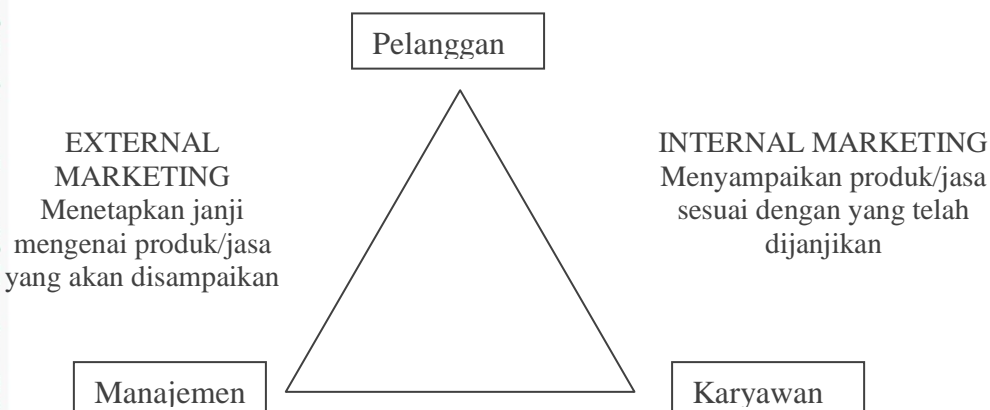
2.2 Jasa

Jasa/layanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun (Kotler& Keller, 2009). Industri jasa dapat dikatakan sukses tergantung pada sejauh mana perusahaan mampu mengolah tiga aspek, yaitu :

1. Janji perusahaan mengenai jasa yang akan disampaikan kepada pelanggan.
2. Kemampuan perusahaan untuk membuat karyawan mampu memenuhi janji tersebut.
3. Kemampuan karyawan untuk menyampaikan janjitersebut kepada pelanggan

Model kesatuan dari tiga aspek tersebut dikenal sebagai segitiga jasa, dimana sisi segitiga mewakili setiap aspek. Kegagalan di satu sisi menyebabkan segitiga roboh. Artinya, industri jasa tersebut gagal. Dengan demikian, pembahasan industri jasa harus meliputi perusahaan, karyawan, serta pelanggan.

Status dan peran perusahaan, karyawan serta pelanggan adalah sebagai berikut :



Gambar 2. 2 Diagram Segitiga Pemasaran Jasa (Rangkuti, 2008)

2.2.1 Klasifikasi Jasa

Menurut Kotler dan Keller (2009), barang dan jasa dapat ditawarkan kepada pasar dengan beberapa klasifikasi sebagai berikut :

1. Barang berwujud murni (*pure tangible goods*)

Penawaran yang hanya terdiri dari produk fisik (berwujud), seperti sabun mandi, pasta gigi atau gula tanpa adanya jasa atau pelayanan lainnya yang menyertai produk tersebut.

2. Barang berwujud yang disertai jasa (*tangible goods with accompaying*

=Penawaran yang terdiri dari suatu produk fisik (berwujud) yang disertai dengan satu atau lebih jasa untuk meningkatkan daya tarik pelanggannya. Umumnya semakin canggih suatu produk maka semakin besar kebutuhan jasa yang mendukungnya, seperti industri mobil, komputer dan telepon seluler.

3. Hibrida (*Hybrid*)

Penawaran terdiri dari bagian barang dan jasa yang sama proporsinya. Misalnya seseorang yang sering mengunjungi sebuah restoran karena rasa makanannya atau penyajiannya.

4. Jasa utama yang disertai barang dan jasa kecil (*mayor service with accomaying minor goods and service*)

Penawaran yang terdiri dari jasa utama yang disertai jasa tambahan dan barang pendukung lainnya, misalnya bila pelanggan ingin naik pesawat

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terbang. Hal ini berarti pelanggan telah membeli jasa transportasi dan pelanggan dapat menikmati pelayanan yang ditawarkan, seperti makanan, minuman, majalah penerbangan selama perjalanan. Pelanggan harus naik pesawat terbang terlebih dahulu untuk menikmati produk yang ditawarkan selama perjalanan.

5. Jasa murni (*pure service*)

Penawaran yang diberikan hanya berupa jasa, Seperti pengasuh bayi, psikoterapi, dan pijat.

2.2.2 Karakteristik Jasa

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) karakteristik jasa dapat diuraikan sebagai berikut :

1. *Intangible* (tidak berwujud)

Tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar atau dibaui sebelum jasa itu dibeli.

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Sementara barang fisik dibuat, dimasukkan dalam persediaan, didistribusikan melalui berbagai perantara, dan dikomunikasikan kemudian, jasa pada umumnya diproduksi dan dikonsumsi sekaligus.

3. *Variability* (bervariasi)

Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia, penerima jasa dan kondisi dimana jasa tersebut diberikan.

4. *Perishability* (dapat musnah)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan tergantung suatu situasi yang diciptakannya.

2.2.3 Bauran Pemasaran Jasa

Menurut Kotler (2008) bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Dalam pemasaran jasa bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu produk, harga, promosi dan tempat belumlah cukup untuk memahami dan mencapai tujuan pemasaran yang efektif. Hingga pada akhirnya Kotler menampahkan tiga komponen dari bauran pemasaran tradisional sehingga pada pemasaran jasa terdapat bauran pemasaran jasa yang terdiri dari 7P yaitu :

1. Produk, adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan meliputi barang fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan.
2. Harga, adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa.
3. Promosi, adalah aktivitas yang mengkomunikasikan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.
4. Tempat, adalah fungsi distribusi dan logistik yang dilibatkan dalam rangka menyediakan produk dan jasa sebuah perusahaan.
5. Manusia, adalah proses seleksi, pelatihan, dan pemotivasian karyawan, yang nantinya dapat digunakan sebagai pembedaan perusahaan dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Bukti fisik yang mewakili (*Physical evidence and presentation*), adalah bukti fisik yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada pasien sebagai usulan nilai tambah pasien.
7. Proses, adalah proses penyajian jasa.

2.3.4 Kualitas Jasa

Beberapa ahli memberikan definisi yang berbeda tentang kualitas. Menurut Rangkuti (2008), kualitas jasa didefinisikan sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan. Jenis kualitas yang digunakan untuk menilai kualitas jasa adalah sebagai berikut :

1. Kualitas teknik (*outcome*), yaitu kualitas hasil kerja penyampaian jasa itu sendiri.
2. Kualitas pelayanan (proses), yaitu kualitas cara penyampaian jasa tersebut. Sifat jasa yang tidak kasat mata serta kualitas teknik jasa tidak selalu dapat di evaluasi secara akurat, pelanggan berusaha menilai kualitas jasa berdasarkan apa yang dirasakan, yaitu atribut-atribut yang mewakili kualitas proses dan kualitas pelayanan.

2.3.5 Mengukur Kualitas Jasa

Kualitas jasa dipengaruhi oleh dua variable, yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Bila jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan, para pelanggan menjadi tidak tertarik pada penyedia jasa yang bersangkutan. Sedangkan bila yang terjadi adalah

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebaliknya (*perceived > expected*), ada kemungkinan para pelanggan akan menggunakan penyedia jasa itu lagi.

Rangkuti (2008) mengidentifikasi lima kesenjangan (*gap*) yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa (*customer-perceived quality*), yaitu :

1. Kesenjangan tingkat kepentingan pasien dan persepsi manajemen

Pada kenyataannya pihak manajemen suatu perusahaan tidak selalu dapat merasakan atau memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh para pelanggannya. Akibatnya, manajemen tidak mengetahui bagaimana produk jasa seharusnya didesain dan jasa-jasa pendukung (sekunder) apa saja yang diinginkan oleh pasien.

2. Kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap tingkat kepentingan pasien dan spesifikasi kualitas jasa

Kadangkala manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan, tetapi mereka tidak menyusun standar kinerja yang jelas. Hal ini dapat terjadi karena tiga faktor, yaitu : (1) tidak adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa, (2) kurangnya sumber daya, atau (3) karena adanya kelebihan permintaan.

3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa

Ada beberapa penyebab terjadinya kesenjangan ini, misalnya karyawan kurang terlatih (belum menguasai tugasnya), beban kerja yang melampaui batas, ketidakmampuan memenuhi standar kerja, atau bahkan ketidakmauan memenuhi standar kerja yang ditetapkan.

4. Kesenjangan antara penyampaian jasa komunikasi eksternal

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Seringkali tingkat kepentingan pelanggan dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh perusahaan. Resiko yang dihadapi oleh perusahaan adalah apabila janji yang diberikan ternyata tidak dapat dipenuhi, yang menyebabkan terjadinya persepsi negative terhadap kualitas jasa perusahaan.

5. Kesenjangan antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan

Kesenjangan ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja atau prestasi perusahaan dengan cara yang berbeda, atau apabila pelanggan keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut.

2.4 Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah bagaimana cara untuk mencari tahu apa yang menciptakan nilai bagi pasien dan perusahaan harus memberikan nilai tersebut. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus mendapat perhatian yang serius dari manajemen organisasi jasa. Untuk menetapkan kualitas pelayanan yang ingin dicapai oleh sebuah organisasi jasa, terlebih dahulu organisasi tersebut harus mempunyai tujuan yang jelas.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 2008). Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

Kualitas pelayanan kesehatan di rumah sakit merupakan suatu fenomena unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terlibat dalam pelayanan kesehatan. Untuk mengatasi perbedaan dipakai suatu pedoman yaitu hakikat dasar dari penyelenggaraan pelayanan kesehatan, yaitu memenuhi kebutuhan dan tuntutan para pemakai jasa pelayanan kesehatan. Mutu pelayanan menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan kesehatan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap pasien (Azwar, 2006).

Menurut Nurcaya (2007) kualitas dalam jasa kesehatan terdiri dari kualitas pasien (yang berkaitan dengan apakah pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dikehendaki pasien), kualitas professional (yang berkaitan apakah pelayanan yang diberikan memenuhi kebutuhan pasien sesuai dengan yang didiagnosa oleh para professional), dan kualitas manajemen (yang berkaitan dengan apakah jasa yang diberikan dilakukan tanpa pemborosan dan kesalahan, pada harga yang terjangkau, dan memenuhi peraturan-peraturan resmi dan peraturan lainnya)

Menurut Sugiyono (2009) ada sepuluh kriteria umum atau standar yang menentukan kualitas suatu jasa, yaitu:

1. *Reliability* /Keandalan

Kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan, dapat diandalkan dan akurat.

2. *Responsiveness* (ketanggapan)

Kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.

3. *Competence* (kemampuan)

Kepemilikan keterampilan yang diperlukan dan pengetahuan untuk melakukan layanan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. *Access* (mudah diperoleh)

Mudah dicapai dan kemudahan kontak.

5. *Courtesy* (keramahan)

Kesopanan, rasa hormat, pertimbangan, dan keramahan personil.

6. *Communication* (komunikasi)

Menjaga informasi pelanggan dalam bahasa mereka dapat memahami dan mendengarkan mereka.

7. *Credibility* (dapat dipercaya)

Kepercayaan, jujur dalam penyediaan layanan.

8. *Security* (keamanan)

Kebebasan dari bahaya (aman), risiko, atau keraguan.

9. *Understanding/knowing the customer* (memahami pelanggan)

Upaya untuk mengetahui pelanggan dan kebutuhan mereka.

10. *Tangibles* (bukti nyata yang kasat mata)

Penampilan fasilitas fisik peralatan, personel, dan materi komunikasi.

Kemudian kesepuluh dimensi kualitas jasa tersebut dapat disederhanakan menjadi lima dimensi, yaitu: (1) *Responsiveness* (ketanggapan), (2) *Reliability* /keandalan, (3) *Emphaty* (empati), (4) *Assurance* (jaminan), dan (5) *Tangible* (bukti langsung).

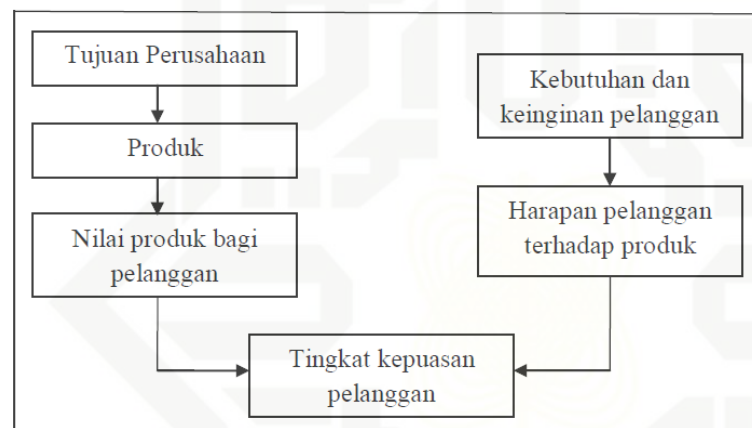
2.5 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2008). Jika kinerja berada di bawah harapan,

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pelanggan tidak puas, namun jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan. Proses kepuasan pelanggan tersebut dapat dilihat pada Gambar berikut ini :



Gambar. Diagram Konsep Kepuasan Pelanggan (Rangkuti, 2008)

2.5.1 Faktor-faktor yang mendorong kepuasan Pelanggan

Menurut Irawan (2007), terdapat lima komponen yang dapat mendorong kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Kualitas produk

Kualitas produk mencakup enam elemen, yaitu *performance*, *durability*, *feature*, *reliability*, *consistency*, dan *design*. Setelah membeli dan menggunakan suatu produk, pembeli akan merasa puas bila ternyata kualitas produknya baik atau berkualitas.

2. Kualitas pelayanan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Salah satu konsep *service quality* adalah ServQual sangat tergantung dari tiga faktor, yaitu : (1) sistem, (2) teknologi, (3) manusia. Berdasarkan konsep ServQual, komponen ini mempunyai banyak dimensi, yaitu: *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible*.

3. Faktor emosional

Kepuasan pasien yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya hidup. Kepuasan pelanggan didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, dan sebagainya.

4. Harga

Komponen harga sangat penting karena dinilai mampu memberikan kepuasan yang relatif besar dalam industri ritel. Harga yang murah akan memberikan kepuasan bagi pelanggan yang sensitif terhadap harga karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

5. Kemudahan

Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

2.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit

Dalam penelitian ini, kepuasan pasien dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain : *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Berikut ini adalah penjelasan hubungan keterkaitan antara variabel independen dengan variabel dependent

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Pengaruh Tangible Terhadap Kepuasan Pasien

Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek bukti fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan.

Menurut Fandy dan Gregorius Chandra (2005) bukti fisik (*tangible*) adalah dimensi yang berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Sedangkan Kotler (2008:617) mendefinisikan bukti fisik (*tangible*) sebagai kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar. Penampilan dan kemampuan sarana serta prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Fasilitas fisik tersebut meliputi gedung, perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya Variabel bukti fisik dapat ditampilkan dengan indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) Fasilitas yang lengkap
- 2) Karyawan selalu berpakaian rapi.
- 3) Keamanan lingkungan
- 4) Kenyamanan lingkungan

Hubungan bukti fisik dengan kepuasan pasien adalah bukti fisik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Semakin baik persepsi pasien terhadap bukti fisik maka kepuasan pasien juga akan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

semakin tinggi. Dan jika persepsi pasien terhadap bukti fisik buruk maka kepuasan pasien juga akan semakin rendah.

2. Pengaruh Reability terhadap Kepuasan Pasien

Lupiyadi dan Hamdani (2006:182) kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pasien yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan. Variabel kehandalan dapat ditampilkan dengan indikator-indikator sebagai berikut :

- 1) Pelayanan yang baik
- 2) Cara kerja karyawan yang profesional
- 3) Kemudahan dalam sistem administrasi

Hubungan kehandalan dengan kepuasan pasien adalah kehandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Semakin baik persepsi pasien terhadap kehandalan perusahaan maka kepuasan pasien juga akan semakin tinggi, jika persepsi pasien terhadap kehandalan buruk maka kepuasan pasien juga akan semakin rendah.

3. Pengaruh Responsiveness terhadap Kepuasan Pasien

Dimensi ini adalah dimensi yang paling dinamis. Harapan pasien hampir dapat dipastikan akan berubah seiring dengan kecepatan daya tanggap dari pemberi jasa.

Menurut Lupiyoadi & Hamdani (2006:182) daya tanggap (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Dan membiarkan pasien menunggu merupakan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan. Menurut Fandy dan Gregorius Chandra (2005) daya tanggap (*responsiveness*) berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pasien dan merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Tingkat kesediaan atau kepedulian ini akan dilihat sampai sejauh mana pihak perusahaan berusaha dalam membantu pasiennya. Adapun bentuknya bisa dilakukan dengan penyampaian informasi yang jelas, tindakan yang dapat dirasakan manfaatnya oleh pelanggan. Sedangkan Kotler (2008:616) mendefinisikan daya tanggap sebagai kemauan untuk membantu pasien dan memberikan jasa dengan cepat. Variabel daya tanggap dapat ditampilkan dengan indikator-indikator sebagai berikut :

- 1) Pelayanan yang cepat
- 2) Penanganan terhadap keluhan
- 3) Penyampaian informasi

Hubungan daya tanggap dengan kepuasan pasien adalah daya tanggap mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Semakin baik persepsi pasien terhadap daya tanggap perusahaan maka kepuasan pasien

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi pasien terhadap daya tanggap buruk maka kepuasan pasien juga akan semakin rendah.

4. Pengaruh Assurance Terhadap Kepuasan Pasien

Kotler (2008:617) mendefinisikan keyakinan (*assurance*) adalah pengetahuan terhadap produk secara tepat, kesopansantunan karyawan dalam memberi pelayanan, ketrampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap perusahaan.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:182) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pasien kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). Variabel jaminan dan kepastian dapat ditampilkan dengan indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) Jaminan terhadap kesalahan kinerja
- 2) Kualitas pelayanan yang baik
- 3) Pengetahuan karyawan

Hubungan jaminan dengan kepuasan pasien adalah jaminan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Semakin baik persepsi pasien terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan pasien juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi pasien terhadap jaminan yang

diberikan oleh perusahaan buruk maka kepuasan pasien juga akan semakin rendah.

5. Pengaruh Emphaty terhadap Kepuasan Pasien

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:182), empati (*emphaty*) yaitu perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan berifat individual atau pribadi yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Kotler (2008:617) mendefinisikan empati sebagai syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pasien. Dimensi empati ini adalah dimensi kelima dari kualitas pelayanan. Secara umum dimensi ini memang dipersepsikan kurang penting dibandingkan dengan dimensi kehandalan dan daya tanggap bagi pasien, *study* yang dilakukan *Frontier* selama beberapa tahun terakhir untuk berbagai industri mengkonfirmasi hal ini. Akan tetapi untuk kelompok pasien kelas atas, dimensi ini bisa menjadi dimensi yang paling penting.

Variabel empati dapat ditampilkan dengan indikator-indikator sebagai berikut :

- 1) Pelayanan yang ramah
- 2) Perhatian secara individual

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Karyawan yang menghormati pasiennya

Hubungan kepedulian dengan kepuasan pasien adalah kepedulian mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Semakin baik persepsi pasien terhadap kepedulian yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan pasien juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi pasien terhadap kepedulian yang diberikan oleh perusahaan buruk maka kepuasan pasien juga akan semakin rendah.

2.7 Pandangan Islam

konsep pelayanan prima dalam perspektif Islam, terlebih dahulu kita harus mengetahui bahwa Allah menciptakan 2 model hubungan (interaksi) didunia ini. Pertama : Hubungan (interaksi) manusia dengan tuhanNya (disebut dengan Ibadah). Kedua : Hubungan (interaksi) manusia dengan sesama (disebut Muamalah). Pada kesempatan kali ini kita hanya akan membahas model hubungan yang kedua yaitu interaksi manusia dengan sesama.

Interaksi antar sesama manusia mempunyai **2 nilai built in** yang tidak bisa dipisahkan satu sama lain, **pertama adalah interaksi itu harus selaras dengan hukum Islam**, dan **kedua interaksi itu memiliki kandungan nilai-nilai akhlak mulia**. Yang dimaksud dengan keselarasan hukum adalah, bahwa setiap interaksi antar sesama manusia “harus” sejalan dengan *rule of the game* syariat Islam. Sedangkan yang dimaksud dengan kandungan akhlak adalah bahwa semua interaksi yang mendapat legitimasi hukum Islam “pasti” mempunyai nilai-nilai akhlak

mulia didalamnya. Sebagai contohnya adalah prosesi jual beli, jika 2 nilai diatas kita terapkan pada ranah jual beli, maka akad jual beli yang kita lakukan harus sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam fikih Islam, disamping itu akad ini juga memiliki nilai dan pesan akhlak didalamnya, yaitu menolong dan memudahkan urusan sesama manusia, atau dengan bahasa yang lebih simpel segala bentuk interaksi dalam Islam disamping mempunyai *profit oriented* juga tidak boleh menafikan *social oriented*.

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Dan sekarang tiba saatnya bagi kita untuk menelaah “sebagian kecil” ayat al-Qur’an dan hadits-hadits yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Akan tetapi sebelum berbicara lebih jauh Islam meletakkan batasan yang difirmankan oleh Allah dalam salah satu ayat yang berbunyi :“...***dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.***” (QS. al-Maidah : 2).

Melalui ayat diatas Allah memerintahkan kepada kita untuk saling menolong didalam koridor “mengerjakan kebajikan dan takwa” dan Allah melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan “Sesungguhnya Allah amat berat siksa-

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nya”. Jadi interaksi itu boleh dilakukan kapanpun dan dengan siapapun selama tidak melanggar batasan diatas.

Dalam salah satu haditsnya rasulullah SAW memerintahkan kepada kita agar berusaha untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama, bahkan beliau menjadikan “bermanfaat bagi sesama” sebagai parameter baik tidaknya kualitas iman seseorang. Hal ini beliau sampaikan dalam sebuah hadits yang diriwayatkan sahabat Jabir bin Abdillah :

((خير الناس أنفعهم للناس))

“Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi sesamanya”.

Dalam kitab Sohih Muslim sahabat Abu Hurairah RA meriwayatkan sebuah hadits yang berbunyi :*“Barang siapa menghilangkan (memberikan solusi) kesukaran seorang mukmin didunia maka kelak Allah akan menghilangkan kesukarannya dihari kiamat. Barang siapa yang memberikan kemudahan bagi orang yang sedang mengalami kesulitan, maka Allah akan memudahkan urusan duniawi dan akhiratnya. Dan barang siapa menutupi (aib) seorang muslim, maka Allah akan menutupi (keburukannya) didunia dan akhirat, dan Allah akan senantiasa membantu hamba-Nya selama dia mau membantu saudaranya.”*

Hadits ini menjelaskan kepada kita tentang keutamaan yang didapatkan seseorang jika dia mau memberikan bantuan dan pelayan kepada sesama demi untuk memenuhi kebutuhan mereka.Baik

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pertolongan dalam bidang materi, berbagi ilmu, bahu membahu mengerjakan sesuatu, memberikan nasehat dan masih banyak lagi.

2.7.1 Keutamaan Menjenguk Orang Sakit

Para pembaca *rahimakumullah*, Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wa sallam* telah menyebutkan beberapa keutamaan menjenguk orang sakit. Di antaranya adalah:

1. Sabda beliau *shallallahu ‘alaihi wa sallam*,

مَنْ عَادَ مَرِيضًا لَمْ يَزَلْ فِي خُرْفَةِ الْجَنَّةِ، قِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ وَمَا خُرْفَةُ الْجَنَّةِ؟ قَالَ: جَنَاهَا

“Barang siapa menjenguk saudaranya yang sakit maka dia senantiasa berada di Khurfatul jannah sampai dia pulang.” Lalu ditanyakan kepada beliau, “Wahai Rasulullah, apa *khurfatul jannah* itu? Beliau *shallallahu ‘alaihi wa sallam* bersabda, “Memetik buah-buahan di surga.” **HR. Muslim** no. 2568 dari sahabat Tsauban *radhiyallahu ‘anhu*.

2. Sabda beliau *shallallahu ‘alaihi wa sallam*,

مَا مِنْ مُسْلِمٍ يَعُودُ مُسْلِمًا غَدْوَةً إِلَّا صَلَّى عَلَيْهِ سَبْعُونَ أَلْفَ مَلَكٍ حَتَّى يُمْسِيَ، وَإِنْ عَادَهُ عَشِيَّةً إِلَّا صَلَّى عَلَيْهِ سَبْعُونَ أَلْفَ مَلَكٍ حَتَّى يُصْبِحَ، وَكَانَ لَهُ خَرِيفٌ فِي الْجَنَّةِ

“Tidaklah seorang muslim menjenguk muslim yang lain pada pagi hari melainkan 70.000 malaikat akan bershalawat (mendoakan ampunan) baginya sampai sore hari. Jika menjenguk pada sore hari maka 70.000 malaikat akan bershalawat baginya sampai pagi hari. Dia pun berhak untuk memiliki buah-buahan yang dipetik di surga.” **HR. at-Tirmidzi** dari sahabat Ali bin Abi Thalib *radhiyallahu ‘anhu*.

2.7.2 Adab Menjenguk Orang Sakit

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ada beberapa adab dan bimbingan bagi seseorang yang menjenguk saudaranya yang sedang sakit. Di antaranya adalah:

1. Hendaknya meniatkan amalan tersebut karena Allah *subhanahu wa ta'ala* dan meneladani baginda Rasul *shallallahu 'alaihi wa sallam*, bukan untuk tujuan dunia.
2. Berharap agar amalan yang dilakukannya itu bisa memberikan kebaikan dan kebahagiaan bagi saudaranya yang sedang sakit.
3. Alangkah baiknya jika kesempatan menjenguk dimanfaatkan untuk menghibur si sakit dengan hal-hal yang bermanfaat, seperti mengingatkan untuk bersabar, bertaubat, beristighfar, dan yang semisal dengan itu. Jangan menyampaikan hal-hal yang dapat menambah beban si sakit.
4. Jangan lupa mendoakannya, di antara doa yang diajarkan dan dicontohkan oleh Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* adalah sebagai berikut:

لَا بَأْسَ طَهُورٌ إِنْ شَاءَ اللَّهُ

“Tidak mengapa, insya Allah (sakit ini) sebagai pembersih.” **HR. al-Bukhari** dari sahabat Abdullah bin ‘Abbas *radhiyallahu ‘anhuma*.

Dalam hadits yang lain, Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda, “Barangsiapa menjenguk orang sakit yang belum datang ajalnya lalu dia mengucapkan doa,

أَسْأَلُ اللَّهَ الْعَظِيمَ رَبَّ الْعَرْشِ الْعَظِيمِ أَنْ يَشْفِيكَ

“Aku meminta kepada Allah yang Maha Kuasa, Rabb al-‘Arsy yang agung, agar memberikan kesembuhan kepadamu.”

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebanyak 7 kali, niscaya Allah akan memberikan kesembuhan kepadanya.”**HR. at-Tirmidzi** dan **Abu Dawud** dari sahabat Abdullah bin ‘Abbas *radhiyallahu ‘anhuma*.

5. Tidak mengapa membawa sesuatu untuk dihadiahkan kepada si sakit, karena dengan hadiah akan semakin erat tali persaudaraan dan kasih sayang. Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wa sallam* bersabda:

تَهَادُوا تَحَابُّوا

“Saling memberikan hadiahlah di antara kalian niscaya kalian akan saling mencintai.”**HR. al-Bukhari** dalam **al-Adabul Mufrad** dari sahabat Abu Hurairah *radhiyallahu ‘anhu*.

6. Hendaknya tidak berkunjung atau menjenguk di waktu-waktu yang memberatkan si sakit, seperti waktu-waktu tidur atau istirahat.

7. Meruqyah si sakit dengan membacakan kepadanya bacaan-bacaan yang disyariatkan yaitu ayat-ayat Al-Qur`an atau doa-doa yang tidak mengandung kesyirikan.

Allah *subhanahu wa ta’ala* berfirman:

وَنُنَزِّلُ مِنَ الْقُرْآنِ مَا هُوَ شِفَاءٌ وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ

“Dan Kami turunkan dari Al-Qur`an suatu yang menjadi penawar dan rahmat bagi orang-orang yang beriman.” (**Al-Isra` : 82**)

Al-Qur`an itu mengandung obat dan rahmat. Namun kandungan tersebut tidak bermanfaat bagi setiap orang dan hanya bermanfaat bagi orang yang beriman dengannya, yang membenarkan ayat-ayat-Nya, dan mengilmuinya. Adapun orang-orang yang zalim, yang tidak membenarkannya atau tidak beramal

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengannya, maka Al-Qur`an tidak akan menambahkan kepada mereka kecuali kerugian. (Lihat **Tafsir as-Sa'di**)

Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* pernah menjenguk sebagian keluarganya yang sakit lalu beliau mengusap si sakit dengan tangan kanannya sambil membaca:

اللَّهُمَّ رَبَّ النَّاسِ أَذْهِبِ الْبَاسَ، اشْفِ، أَنْتَ الشَّافِي لَا شِفَاءَ إِلَّا شِفَاؤُكَ، شِفَاءٌ لَا يُغَادِرُ سَعْمًا

“Ya Allah, Rabb seluruh manusia, hilangkanlah penyakit ini. Sembuhkanlah, Engkau adalah Dzat yang Maha Menyembuhkan. (Maka) tidak ada obat (yang menyembuhkan) kecuali obatmu, kesembuhan yang tidak meninggalkan penyakit.” **Muttafaqun ‘alaih**

8. Jika yang menjenguk itu dari kalangan orang yang berilmu hendaknya mengajarkan hal-hal penting yang belum diketahui si sakit, seperti tata cara bersuci dan shalat bagi orang sakit dan yang lainnya.

9. Lihatlah bagaimana keadaan si sakit. Jika si sakit merasa senang dengan berlama-lama di rumahnya maka hendaknya tidak segera pulang demi memberikan kebahagiaan kepada si sakit. Namun jika si sakit merasa gelisah dan kurang nyaman berlama-lama dengannya maka hendaknya tidak berlama-lama di rumahnya dan bersegera meminta izin pulang.

10. Jika memang memungkinkan, boleh bagi si penjenguk meminta kepada si sakit agar mendoakannya dengan kebaikan karena keadaan sakit merupakan salah satu momen dikabulkannya doa.

11. Jika ternyata si sakit berada di tempat pengobatan umum, seperti rumah sakit dan semisalnya maka hendaknya memperhatikan kerapian diri serta memperhatikan tata tertib dan aturan di tempat tersebut. Seperti berpakaian yang rapi dan sopan, melihat jadwal waktu-waktu berkunjung, tidak membuat



gangguan bagi si sakit dan pasien yang lain semisal merokok, berkata kotor, gaduh, tidak sopan, dan yang lainnya.

12. Jangan lupa, ketika sedang menjenguk si sakit untuk banyak bersyukur kepada Allah *subhanahu wa ta'ala* yang senantiasa memberikan nikmat kesehatan kepadanya. Karena seseorang itu seringkali menyadari kadar nikmat Allah *subhanahu wa ta'ala* ketika melihat orang lain yang kehilangan nikmat tersebut, baik karena dicabut oleh Allah *subhanahu wa ta'ala* atau belum dikaruniai nikmat tersebut atau ketika dirinya sendiri telah kehilangan nikmat tersebut.

2.8 Penelitian Terdahulu

- 1) Penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Sansani Arengka Pekanbaru Oleh Hasbi Ashsyadigi (2014) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Sansani Arengka Pekanbaru. Populasi pada penelitian ini adalah pasien Rumah Sakit Sansani Arengka Pekanbaru. Sampel yang digunakan pada penelitian berjumlah 99 orang dan metode yang digunakan adalah accidental sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, dimana Y menunjuk pada variabel kepuasan pasien, X1 variabel bukti fisik, X2 variabel keandalan, X3 variabel daya tanggap, X4 variabel jaminan, dan X5 variabel empati. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara bukti fisik, Keandalan dalam menangani pasien, Daya

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tanggap, Jaminan yang diberikan dan Empati terhadap kepuasan pasien. Hal ini dibuktikan dengan uji F dimana nilai signifikansinya 0,000. Koefisien determinasi pada Kepuasan pasien yang ditunjukkan oleh Adjusted R Square adalah 0,513 yang berarti bahwa Kepuasan pasien 51,3% dipengaruhi oleh variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Sedangkan 48,7% nya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

- 2) Penelitian yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan pada hotel natama di padangsidempuan Kabupaten tapanuli selatan sumatera utara oleh Putri Ramadhani Siregar (2014). Dari hasil penelitian, diperoleh nilai untuk variabel Tangible $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ 2,714 > 1,986 yang berarti bahwa Tangible berpengaruh signifikan terhadap Minat Pasien pada Hotel Natama Padangsidempuan.. Untuk variabel Reliability diperoleh $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ 2,191 > 1,986 yang berarti bahwa variabel Reliability berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Natama Padangsidempuan. Untuk variabel Responsiveness diperoleh $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ 2,336 > 1,986 yang berarti bahwa Responsiveness berpengaruh signifikan terhadap Minat Pasien pada Hotel Natama Padangsidempuan. Untuk variabel Assurance diperoleh $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ 1,856 < 1,986 yang berarti bahwa variabel Assurance tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Natama Padangsidempuan. Untuk variabel Empati diperoleh $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ 2,865 > 1,986 yang berarti bahwa variabel Empati berpengaruh signifikan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Natama Padangsidempuan Hal ini menunjukkan bahwa variable Tangible, Reability, Responsiveness, dan Empati berpengaruh signifikan terhadapKepuasan Pelanggan pada Hotel Natama Padangsidimpuan. Sementara Assurance tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Natama Padangsidimpuan. Dari hasil penelitian yang dilakukan secara simultan diperoleh nilai $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ yang menunjukkan bahwa variable Tangible, Reliabiity, Responsiveness, Assurance, dan Empaty berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Natama Padangsidimpuan

- 3) Penelitian yang berjudul Analisis pengaruh citarasa dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan bebek goreng H. Slamet Cabang Kartosuro (Solo) di Pekanbaru oleh Muhammad Miftahul Munir (2014). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citarasa dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan yang diteliti adalah rumah makan bebek goreng H. Slamet Asli Cabang kartosuro solo di pekanbaru, pengumpulan data dilakukan dengan metode koesioner terhadap 100 orang responden yang diambil dari pelanggan rumah makan bebek goreng H. Slamet Asli Cabang kartosuro solo di pekanbaru. Dengan teknik sampling Insidental. Analisis yang di gunakan adalah regresi linear berganda dengan tahap-tahap pengujiannya adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis melalui uji determinasi, uji t dan uji F. Hasil dari penelitian ini

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menunjukkan persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = 5.102 + 0,250x_1 + 0,255x_2 + e$ dan hasil koefisien determinasi memiliki R Square sebesar 0.493. Hal ini berarti 49,3 % dari variasi tingkat kepuasan pelanggan rumah makan bebek goreng H. Slamet bisa dijelaskan oleh citarasa dan pelayanan. Sedangkan sisanya ($100\% - 49,3\% = 50,7\%$) dijelaskan oleh variabel independen lain yang tidak diukur dalam penelitian ini.

2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan yang merupakan dugaan atau terkaan tentang apa saja yang kita amati dalam suatu usaha untuk memahaminya (Nasution, 2003:39). Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas, maka dapat ditarik suatu hipotesis yaitu :

1. Diduga faktor *Reliability* (ketanggapan) berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Thrusina Duri Mandau
2. Diduga faktor *Emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Thrusina Duri Mandau
3. Diduga faktor *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Thrusina Duri Mandau
4. Diduga faktor *Tangible* berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Thrusina Duri Mandau
5. Diduga faktor *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Thrusina Duri Mandau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

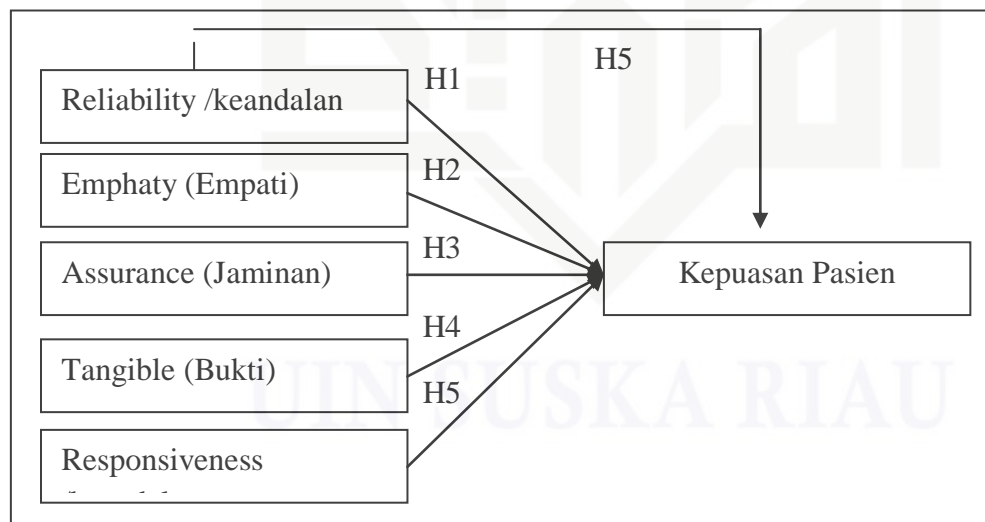
6. Diduga faktor *Reliability*, *Emphaty*, *Assurance*, *Tangible*, dan *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Thrusina Duri Mandau

3. Variabel Penelitian

Berdasarkan hipotesis diatas , maka variabel-variabel yang digunakann adalah sebagai berikut :

- 1) Variabel dependen atau variabel terikat (variabel Y), yaitu variabel kepuasan pasien
- 2) Variabel independen atau variabel bebas (variabel X), yaitu
 - a. Reliability /Keandalan
 - b. Emphaty (empati)
 - c. Assurance (Jaminan)
 - d. Tangible (bukti langsung)
 - e. Responsiveness (Ketanggapan)

Kerangka Penelitian



Sumber : Data olahan, 2015

Gambar Kerangka penelitian

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hipotesis penelitian:

H1 : Diduga faktor Reliability berpengaruh terhadap Kepuasan pasien di Rumah Sakit Thursina Mandau Duri.

H2 : Diduga faktor Emphaty berpengaruh terhadap Kepuasan pasien di Rumah Sakit Thursina Mandau Duri.

H3 : Diduga faktor Assurance berpengaruh terhadap Kepuasan pasien di Rumah Sakit Thursina Mandau Duri.

H4 : Diduga faktor Tangible berpengaruh terhadap Kepuasan pasien di Rumah Sakit Thursina Mandau Duri.

H5 : Diduga faktor Responsiveness berpengaruh terhadap Kepuasan pasien di Rumah Sakit Thursina Mandau Duri.

Dari kerangka pemikiran, maka dapat disajikan operasional variabel sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Operasional variabel penelitian

Variabel	Pengertian	Indikator
Reliability (X1)	Kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan, dapat diandalkan dan akurat. (Sugiono, 2009)	1) Pelayanan yang baik 2) Cara kerja karyawan yang profesional 3) Kemudahan dalam sistem administrasi
Emphaty (X2)	sebagai syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pasien. perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan berifat individual atau pribadi yang diberikan perusahaan	1) Pelayanan yang ramah 2) Perhatian secara individual 3) Karyawan yang menghormati pasiennya

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel	Pengertian	Indikator
	kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan (Kotler ,2008)	
Faktor Assurance (X3)	pengetahuan terhadap produk secara tepat, kesopansantunan karyawan dalam memberi pelayanan, ketrampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap perusahaan. (Kotler, 2008)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Jaminan terhadap kesalahan kinerja 2) Kualitas pelayanan yang baik 3) Pengetahuan karyawan
Faktor Tangible (X4)	kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar. Penampilan dan kemampuan sarana serta prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa (Kotler, 2001)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Fasilitas yang lengkap 2) Karyawan selalu berpakaian rapi. 3) Keamanan lingkungan 4) Kenyamanan lingkungan
Faktor Responsiveness	kemauan untuk membantu pasien dan memberikan jasa	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pelayanan yang cepat 2) Penanganan terhadap

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel	Pengertian	Indikator
(X5)	dengan cepat (Kotler, 2008)	keluhan 3) Penyampaian informasi
Kepuasan Pasien (Y)	perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2008)	1) Kesesuaian pelayanan yang ditawarkan dengan harapan pelanggan/pasien 2) Mampu memenuhi kebutuhan pelanggan/pasien 3) Siap dan mampu melayani sesuai dengan waktu yang ditentukan