



## Hak Cipta Dilindungi 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 Konsep Pelayanan Publik

Pada umumnya pelayanan sangatlah dibutuhkan manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Manusia memenuhi kebutuhan hidupnya baik itu melalui sendiri maupun aktivitas orang lain melalui suatu proses, sehingga kebutuhannya terpenuhi. Menurut Boediono (2003) “Pelayanan adalah suatu proses bantuan kepada orang lain dengan cara-cara tertentu yang memerlukan kepekaan dan hubungan interpersonal agar terciptanya kepuasan dan keberhasilan.”

Pelayanan yang dilakukan untuk masyarakat disebut dengan pelayanan umum. Menurut Moenir (2002 dikutip oleh Primadipta, 2014) pengertian Pelayanan umum adalah “timbulnya pelayanan dari orang lain kepada seseorang yang orang lain itu tidak ada kepentingan langsung atas sesuatu yang dilakukannya, merupakan suatu hal yang perlu dikaji tersendiri dari segi kemanusiaan.”

Pelayanan yang dilakukan pemerintah terhadap masyarakat disebut juga pelayanan publik. Undang-undang nomor 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik menyebutkan bahwa pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang dan jasa, serta pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Dalam surat Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara 2003 tentang pedoman umum penyelenggaraan pelayanan publik diantaranya (Primadipta, 2014):

1. Kelompok Pelayanan Administratif yaitu pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk dokumen resmi yang dibutuhkan oleh publik, misalnya status kewarganegaraan, sertifikat kompetensi, kepemilikan atau penguasaan terhadap suatu barang dan sebagainya. Dokumen-dokumen ini antara lain Kartu Tanda Penduduk (KTP), Akte Pernikahan, Akte Kelahiran, Akte Kematian, Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB), Surat Ijin Mengemudi (SIM), Surat Tanda Nomor Kendaraan Bermotor

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.

(STNK), Ijin Mendirikan Bangunan (IMB), Paspor, Sertifikat Kepemilikan/Penguasaan Tanah dan sebagainya.

2. Kelompok Pelayanan Barang yaitu pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk/jenis barang yang digunakan oleh publik, misalnya jaringan telepon, penyediaan tenaga listrik, air bersih, dan sebagainya.
3. Kelompok Pelayanan Jasa yaitu pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk jasa yang dibutuhkan oleh publik, misalnya pendidikan, pemeliharaan kesehatan, penyelenggaraan transportasi, pos dan sebagainya.

Berdasarkan hal itu dapat diketahui bahwa pelayanan yang dilakukan oleh aparatur negara, yaitu terdapat pada Rumah Sakit Umum Daerah Bangkinang yang merupakan dalam kelompok pelayanan jasa karena memberikan pelayanan dalam bentuk jasa berupa pelayanan kesehatan.

## 2.2 Konsep Jasa

Ada berbagai macam klasifikasi penawaran produk sebuah perusahaan ataupun suatu instansi yang didasarkan pada sejumlah kriteria. Salah satu kriteria yang paling sederhana adalah daya tahan (*durability*) atau berwujud tidaknya (*tangibility*) produk bersangkutan. Berdasarkan kriteria (Nasution, 2004 dikutip oleh Primadipta, 2014) produk bisa dibedakan menjadi tiga macam yakni sebagai berikut:

1. Barang tidak tahan lama (*Non-Durable Goods*)  
Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain, umur ekonomisnya maksimum satu tahun.
2. Barang tahan lama (*Durable Goods*)  
tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya bisa bertahap lama atau berumur ekonomis lebih dari satu tahun.
3. Jasa (*Service*)  
Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.



## Hak Cipta Dilindungi 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.

Sajauh ini banyak para pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan pengertian dari jasa. Jasa merupakan salah satu produk yang banyak ditawarkan kepada konsumen. Sebagai salah satu bentuk produk, jasa juga bisa didefinisikan secara berbeda-beda.

Ada beberapa definisi menurut para ahli, Menurut Kotler dikutip oleh Tjiptono (1996) menyatakan bahwa, “Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak yang lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.” Adapun definisi lainnya yang berorientasi pada aspek proses atau aktivitas yang dikemukakan oleh Gronroos dikutip oleh Tjiptono (2005) menyatakan bahwa, “Jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan”.

Menurut Berry L.L dikutip oleh Primadipta (2014) ada beberapa karakteristik jasa yang membedakannya dengan barang yaitu :

- a. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat, material atau benda, maka jasa merupakan suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja ataupun usaha. Walaupun sebagian besar jasa dapat berkaitan dan didukung dengan produk fisik, esensi dari apa yang dibeli pelanggan adalah kinerja yang diberikan oleh pihak tertentu kepada pihak lainnya.

- b. Keaneka Ragaman (*Variability*)

Jasa bersifat sangat bervariasi karena terdapat banyak variasi bentuk, mutu, dan jenisnya sangat tergantung dari siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi. Variasi jasa sangat ditentukan oleh tingkat partisipasi pelanggan selama jasa disampaikan kepadanya.

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.

- c. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)  
Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.
- d. Tidak Tahan Lama (*Perishability*)  
Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu mendatang, dijual kembali atau dikembalikan. Misalnya kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni atau jam tertentu tanpa pasien di tempat praktek akan berlalu begitu saja karena tidak bisa disimpan.

Dalam penelitian ini konsep jasa yang digunakan penulis mengacu pada konsep dari Berry L.L dikutip oleh Nasution (2004) bahwa jasa bersifat *intangible* (tidak berwujud). Sehingga pada penelitian ini pelayanan yang diberikan oleh IGD RSUD Bangkinang Kabupaten Kampar menggunakan karakteristik jasa *intangible* atau jasa yang tidak berwujud akan tetapi jasa tersebut dapat dirasakan oleh pelanggan atau penerima jasa dalam hal ini adalah pasien yang mendapatkan pelayanan oleh tenaga medis.

### 2.3 Konsep Pelayanan Kesehatan

Kesehatan merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting bagi manusia karena kesehatan merupakan modal bagi manusia untuk melakukan segala hal. Maka dari itu manusia selalu berusaha menjaga kesehatannya agar tetap sehat. Sehingga kesehatan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia, maka pemerintah berusaha untuk memberikan pelayanan kesehatan bagi masyarakat. Diantaranya dengan mendirikan Puskesmas dan Rumah Sakit Umum. Namun menurut Levey dan Loomba dikutip oleh Primadipta (2014) menjelaskan bahwa, “Pelayanan kesehatan ialah setiap upaya yang diselenggarakan sendiri atau secara bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan, mencegah dan menyembuhkan penyakit serta memulihkan kesehatan perseorangan, keluarga, kelompok dan ataupun masyarakat.” Sehingga terdapat



**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.

pula bentuk dan jenis pelayanan kesehatan menurut Hodgetts dan Cascio dikutip oleh Primadipta (2014) yaitu sebagai berikut :

1. **Pelayanan kedokteran**  
 Pelayanan kesehatan yang termasuk dalam kelompok pelayanan kedokteran (*medical services*) ditandai dengan cara pengorganisasian yang dapat bersifat sendiri (*solo practice*) atau secara bersama-sama dalam satu organisasi (*institution*), tujuan utamanya untuk menyembuhkan penyakit dan memulihkan kesehatan, serta sasarannya terutama untuk perseorangan dan keluarga.
2. **Pelayanan kesehatan masyarakat**  
 Pelayanan kesehatan yang termasuk dalam kelompok pelayanan kesehatan masyarakat (*public health services*) ditandai dengan cara pengorganisasian yang umumnya secara bersama-sama dalam satu organisasi, tujuan utamanya untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan serta mencegah penyakit, serta sasarannya terutama untuk kelompok dan masyarakat. Dari penjelasan tersebut terdapat pula perbedaan antara pelayanan kesehatan dengan pelayanan kedokteran. Dengan ini dapat dijelaskan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 2.1 Perbedaan Antara Pelayanan Kedokteran dengan Pelayanan Kesehatan Masyarakat

No.	Pelayanan Kedokteran	Pelayanan Kesehatan Masyarakat
1	Tenaga pelaksanaan terutama dokter	Tenaga pelaksanan terutama adalah ahli kesehatan
2	Perhatian utama pada penyembuhan penyakit	Sasaran utama adalah masyarakat keseluruhan
3	Sasaran utama adalah pereorangan atau keluarga	Selalu memperhatikan efisiensi
4	Kurang memperhatikan efisiensi	Menarik perhatian masyarakat misalnya penyuluhan masyarakat
5	Tidak boleh menarik perhatian karena bertentangan dengan kode etik kedokteran	Menjalankan fungsi mengnorganisir masyarakat dan didukung undang-undang

Tabel 2.1 Perbedaan Antara Pelayanan Kedokteran dengan Pelayanan Kesehatan Masyarakat (Lanjutan)

No.	Pelayanan Kedokteran	Pelayanan Kesehatan Masyarakat
6	Penghasilan diperoleh dari imbalan jasa	Penghasilan merupakan gaji dari pemerintah
7	Bertanggung jawab hanya kepada penderita	Bertanggung jawab kepada seluruh masyarakat
8	Tidak dapat memonopoli upaya kesehatan dan bahkan mendapat saingan	Dapat memonopoli upaya kesehatan dan Menghadapi berbagai persoalan kepemimpinan

Berdasarkan penjelasan diatas maka Rumah Sakit merupakan pelayanan kesehatan pada pelayanan kedokteran. Sehingga dalam penelitian ini yang dimaksud dengan organisasi penyelenggara Pelayanan Kedokteran adalah Rumah Sakit, rumah sakit yang dimaksud adalah Rumah Sakit Umum Daerah Bangkinang.

#### 2.4 Konsep Kualitas Pelayanan

Berbicara tentang kualitas pelayanan, penilaiannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani (pelanggan), karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan yang diberikan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi keinginannya.

Upaya dalam mendefinisikan mengenai kualitas dalam suatu organisasi jasa tertentu bukanlah sesuatu yang mudah dilakukan. Meskipun demikian, dari berbagai literatur banyak dijumpai beberapa definisi kualitas yang banyak diadaptasi. Kualitas pelayanan menurut Feigenbaum dikutip oleh Primadipta (2014) mengatakan: “bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya. Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk”.

Terdapat sepuluh dimensi yang diterapkan pada perusahaan manufaktur, maka berdasarkan berbagai penelitian terhadap jenis jasa Parasuraman, Zeithml, dan Berry dikutip oleh Nasution (2005) berhasil mengidentifikasi lima kelompok karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas jasa yaitu sebagai berikut (Primadipta, 2014):

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.

- a. *Tangibles* (bukti langsung) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- b. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
- c. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. *Assurance* (jaminan) yaitu mencakup, pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf bebas dari bahaya atau resiko keragu – raguan.
- e. *Emphaty* (empati) yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Pelayanan dikatakan berkualitas apabila sudah memenuhi harapan pelanggan atau semakin kecil kesenjangan antara aktual dengan harapan pelayanan (Primadipta, 2014).

## 2.5 Rumah Sakit

### 1. Pengertian Rumah Sakit

Menurut Azwar dikutip oleh Asmita (2008) Beberapa pengertian Rumah Sakit yang dikemukakan oleh para ahli adalah sebagai berikut :

- a. Rumah Sakit adalah pusat dimana pelayanan kesehatan masyarakat, pendidikan serta penelitian kedokteran diselenggarakan.
- b. Rumah sakit adalah suatu alat organisasi yang terdiri dari tenaga medis professional yang terorganisir serta sarana kedokteran yang permanen menyelenggarakan pelayanan kedokteran, asuhan keperawatan yang berkesinambungan, diagnosis serta pengobatan penyakit yang diderita oleh pasien.
- c. Rumah sakit adalah tempat dimana orang sakit mencari dan menerima pelayanan kedokteran serta tempat dimana pendidikan klinik untuk


**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.

mahasiswa kedokteran, perawat dan tenaga profesi kesehatan lainnya diselenggarakan.

- d. Rumah Sakit adalah sarana upaya kesehatan menyelenggarakan kegiatan pelayanan kesehatan serta dapat dimanfaatkan untuk pendidikan tenaga kesehatan dan penelitian.

2. Fungsi Rumah Sakit dapat meliputi aspek :

- a. Menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan medik, penunjang medik, perawatan rehabilitasi, pencegahan dan peningkatan kesehatan.
- b. Sebagai tempat pendidikan dan atau latihan tenaga medik dan paramedik
- c. Sebagai tempat penelitian dan pengembangan ilmu teknologi bidang kesehatan.

Fungsi rumah sakit yang meliputi 2 aspek di atas, tidak secara keseluruhan dapat dilakukan oleh seluruh rumah sakit milik pemerintah atau swasta, tetapi tergantung pada klasifikasi rumah sakit. Berdasarkan klasifikasi rumah sakit dapat diketahui bahwa rumah sakit dengan kategori atau kelas A, mempunyai fungsi, jumlah dan kategori ketenagaan, fasilitas, dan kemampuan pelayanan yang lebih besar daripada rumah sakit dengan kelas lainnya yang lebih rendah, seperti kelas BII, BI, C, dan kelas D.

Menurut Azrul Azwar (2010 dikutip oleh Primadipta 2014) menjelaskan bahwa rumah sakit di Indonesia dibedakan atas 5 macam yaitu sebagai berikut.

1. Rumah Sakit kelas A

Bahwa rumah sakit kelas A yang mampu memberikan pelayanan kedokteran spesialis dan subspecialis luas. Oleh pemerintah ditetapkan sebagai tempat pelayanan rujukan tertinggi.

2. Rumah Sakit kelas B

Bahwa rumah sakit kelas B merupakan rumah sakit pemberi pelayanan kedokteran spesialis luas dan sub spesialis terbatas.



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. Rumah Sakit kelas C

Bahwa rumah sakit kelas C merupakan rumah sakit yang mampu memberikan pelayanan kedokteran spesialis terbatas. Sehingga rumah sakit kelas C ini akan didirikan di setiap kabupaten yang mampu menampung pelayanan rujukan dari puskesmas.

4. Rumah Sakit kelas D

Bahwa Rumah Sakit kelas D merupakan rumah sakit yang bersifat transisi karena pada satu saat akan di naikan menjadi kelas C. Rumah sakit kelas D hanya dapat mampu memberikan pelayanan kedokteran umum dan kedokteran gigi saja.

5. Rumah Sakit kelas E

Bahwa Rumah Sakit kelas E merupakan rumah sakit khusus yang menyelenggarakan hanya satu macam pelayanan kedokteran saja. Misalnya rumah sakit jiwa, rumah sakit kusta, rumah sakit paru, Rumah Sakit kanker, Rumah Sakit jantung dan lain sebagainya.

Rumah sakit tersebut jika ditinjau dari pemiliknya, maka Rumah sakit yang ada di Indonesia dapat dibedakan menjadi dua macam menurut Primadipta (2014) adalah sebagai berikut :

1. Rumah Sakit Pemerintah

Rumah sakit pemerintahan pusat pada dasarnya terdapat 2 macam yang terdiri dari :

a. Departemen Kesehatan

Beberapa rumah sakit langsung dikelola oleh departemen kesehatan misalnya Rumah Sakit Dr. Cipto Mangunkusumo di Jakarta dan Rumah Sakit Dr. Soetomo Surabaya.

b. Departemen Lain

Departemen lain itu seperti Departemen Pertahanan dan Keamanan, Departemen pertambangan serta Departemen perhubungan juga mengelola Rumah Sakit sendiri.

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.

c. Rumah sakit pemerintahan daerah Sesuai dengan Undang – undang pokok pemerintahan daerah No. 5 tahun 1974, yang berbunyi rumah sakit yang ada di daerah dikelola oleh pemerintahan daerah.

2. Rumah Sakit Swasta Selain itu sesuai dengan Undang – Undang kesehatan No.23 tahun 1992, menjelaskan bahwa beberapa Rumah Sakit yang ada di Indonesia juga dikelola oleh pihak swasta.

Berdasarkan penjelasan diatas maka Rumah Sakit Umum Daerah Bangkinang adalah rumah sakit tipe C dan merupakan milik Pemerintah Kabupaten Kampar.

### 2.5.1 Instalasi Gawat Darurat

Unit Gawat Darurat atau Instalasi Gawat Darurat merupakan salah satu unit di rumah sakit yang memberikan pelayanan kepada penderita gawat darurat dan merupakan bagian dari rangkaian upaya penanggulangan penderita gawat darurat yang perlu diorganisir. Unit Gawat Darurat harus dapat (Nugraha, 2012):

1. Mencegah kematian dan cacat penderita gawat darurat hingga dapat hidup dan berfungsi kembali dalam masyarakat sebagaimana mestinya.
2. Merujuk penderita gawat darurat melalui sistem rujukan untuk memperoleh penanganan yang lebih memadai.
3. Ikut menanggulangi korban bencana pada masyarakat.

Salah satu kegiatan rumah sakit yang berkaitan dengan fungsi pelayanan adalah menyelenggarakan pelayanan gawat darurat (Anwar, 1994 dikutip oleh Nugraha, 2012). Pasien gawat darurat berdasarkan klasifikasinya antara lain :

1. Pelayanan Gawat Darurat yaitu pasien yang tiba-tiba berada dalam keadaan gawat atau menjadi gawat dan terancam nyawanya atau anggota badannya bila tidak mendapat pertolongan segera
2. Pasien gawat tidak darurat yaitu pasien berada dalam keadaan gawat tetapi tidak memerlukan tindakan darurat. Misalnya kanker stadium lanjut.

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. Pasien darurat tidak gawat yaitu pasien akibat musibah yang datang tiba-tiba, tetapi tidak mengancam nyawa dan anggota badannya. Misalnya luka sayat dangkal.
4. Pasien tidak gawat tidak darurat, keadaan pasien tidak mengancam nyawa dan badannya. Misalnya, pasien dengan TBC kulit, pyodermi dan sebagainya.

## 2.6 Kualitas Pelayanan Rumah Sakit

Sengawang (2011 dikutip oleh Sundari, 2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan kesehatan diartikan sebagai berikut :

1. Menurut pasien atau masyarakat  
Pasien atau masyarakat melihat layanan kesehatan yang berkualitas sebagai suatu layanan kesehatan yang dapat memenuhi kebutuhan yang dirasakan dan diselenggarakan dengan cara yang sopan dan santun, tepat waktu, tanggap serta mampu menyembuhkan keluhan serta mencegah berkembangnya atau meluasnya penyakit. Pandangan pasien ini sangat penting karena pasien yang merasa puas akan mematuhi pengobatan dan mau datang berobat kembali
2. Menurut pemberi pelayanan  
Pemberi layanan kesehatan mengaitkan layanan kesehatan yang berkualitas dengan ketersediaan peralatan, prosedur kerja atau protokol, kebebasan profesi dalam setiap melakukan layanan kesehatan sesuai dengan teknologi kesehatan mutakhir, dan bagaimana keluaran atau layanan kesehatan tersebut. Profesi layanan kesehatan membutuhkan dan mengharapkan adanya dukungan teknis, administrasi, dan layanan pendukung lainnya yang efektif serta efisien dalam menyelenggarakan layanan kesehatan yang berkualitas tinggi.
3. Menurut penyandang dana atau suransi  
Penyandang dana atau asuransi menganggap bahwa layanan kesehatan yang berkualitas sebagai suatu layanan kesehatan yang efisien dan efektif. Pasien diharapkan dapat disembuhkan dalam waktu yang sesingkat



## 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.

mungkin sehingga biaya layanan kesehatan dapat menjadi efisien. Upaya promosi kesehatan pencegahan penyakit akan digalakkan agar pengguna layanan kesehatan semakin berkurang.

## 4. Menurut Pemilik Sarana Layanan Kesehatan

Pemilik sarana layanan kesehatan berpandangan bahwa layanan kesehatan yang berkualitas merupakan layanan kesehatan yang menghasilkan pendapatan yang mampu menutupi biaya operasional dan pemeliharaan, tetapi dengan tarif layanan kesehatan yang masih terjangkau oleh pasien atau masyarakat , yaitu pada tingkat biaya ketika belum terdapat keluhan pasien masyarakat.

## 5. Menurut Administrator Kesehatan atau Pemerintah

Administrator layanan kesehatan tidak langsung memberikan layanan kesehatan , tetapi ikut bertanggung jawab dalam masalah kualitas layanan kesehatan. Kebutuhan akan supervisi, kebutuhan keuangan dan logistik akan memberikan suatu tantangan dan terkadang administrator layanan kesehatan kurang memperhatikan prioritas sehingga timbul persoalan dalam layanan kesehatan. Pemusatan perhatian terhadap beberapa dimensi kualitas layanan kesehatan tertentu akan membantu administator layanan kesehatan dalam menyusun prioritas dan dalam menyediakan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan pasien , serta pemberi layanan kesehatan.

## 6. Menurut ikatan profesi

Keberhasilan penerapan pendekatan jaminan kualitas pelayanan kesehatan akan menimbulkan kepuasan pasien. Dengan demikian, tugas pelayanan kesehatan selama ini dianggap suatu beban yang berat dan ada kalanya disertai dengan keluhan atau kritikan pasien dan masyarakat akan berubah menjadi suatu kepuasan kerja. Jaminan kualitas pelayanan kesehatan akan menghindarkan terjadinya malpraktik sehingga dokter dapat terhindar dari tuntutan pasien.





## 2.7 Kinerja Pelayanan (*Service Performance*)

Kinerja Pelayanan (*service performance*) adalah kinerja dari pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar dirasakan (Cronin dan Taylor, 1994). Pengukuran kualitas pelayanan atau jasa seperti pada model *ServQual* telah menimbulkan kebingungan dan makna arti ganda, ukuran yang berdasarkan kinerja akan lebih merefleksikan kualitas pelayanan atau jasa. Pengukuran ini akan memberikan harapan konsumen atau pelanggan terhadap kinerja pelayanan. Kinerja Pelayanan (*service performance*) lebih tepatnya dalam mengukur kualitas pelayanan atau jasa, sehingga konsep kualitas pelayanan/jasa yang diterima dihubungkan dengan konsepsi harapan. Definisi harapan yang digunakan bukan sebagai apa yang disediakan melainkan apa yang seharusnya yang diinginkan konsumen. Menurut Parasuraman (1994) tentang harapan adalah harapan *normative* konsumen yang mewakili harapan standart ideal kinerja pelayanan atau jasa pada umumnya, bukan ukuran terhadap penyedia jasa tertentu. Terdapat problem yang serius dalam kualitas pelayanan atau jasa yang dinyatakan sebagai perbedaan nilai antar harapan dan persepsi pelanggan atau pasien sehingga penggunaan pengukuran kualitas pelayanan atau jasa yang paling tepat adalah berdasarkan kinerja (Peter, Churchill dan Brown, 1994). Hanya ada sedikit bukti yang mendukung relevansi dari adanya jarak atau gap yang terdapat diantara harapan dan persepsi sebagai dasar dalam menilai kualitas pelayanan atau jasa sehingga kinerja pelayanan menjadi prediktor yang baik bagi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen (Alford dan Sherrell, 1996). Kinerja Pelayanan (*service performance*) lebih bisa menjawab permasalahan yang muncul dalam menentukan kualitas pelayanan/jasa karena bagaimana konsumen hanya akan bisa menilai kualitas yang mereka terima dari suatu produsen tertentu bukan pada persepsi mereka atas kualitas pelayanan/jasa pada umumnya (Balton dan Drew, 1991). Dari beberapa teori diatas dapat disimpulkan bahwa kinerja pelayanan (*service performance*) adalah penilaian menyeluruh konsumen terhadap hasil pelayanan yang dirasakan saat menerima pelayanan dari penyedia pelayanan atau jasa sehingga kualitas pelayanan/jasa lebih tepat dan spesifik menggunakan model kinerja pelayanan (*service performance*) (Andri, 2011).

### 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.



## 2.8 Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

*Satisfaction is a person's feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing a product perceived in relative to his or her expectations* (Kotler, 2000). Kepuasan Pelanggan adalah perasaan (*feeling*) yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Namun ditinjau dari perspektif perilaku konsumen kepuasan pelanggan lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Perilaku setelah pembelian akan menimbulkan sikap puas atau tidak puas pada konsumen, maka kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari harapan pembeli atas produk atau jasa dengan kinerja yang dirasakan (Spreng, Mackenzie dan Olshvskhy, 1996). Definisi kepuasan pelanggan yang dominan dipakai adalah definisi yang didasarkan pada *disconfirmation paradigm* (Oliver, 1997). Dalam paradigma diskonfirmasi, kepuasan pelanggan dirumuskan sebagai evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja pelayanan atau jasa yang dipilih memenuhi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan selalu dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara pelanggan dan karyawan yang melakukan kontak pelayanan yang terjadi pada saat pelanggan berinteraksi dengan organisasi yang memperoleh jasa yang dibelinya. Kepuasan pelanggan atau pasien dapat diukur berdasarkan indikator persepsi perasaan pasien yang dikembangkan dari dimensi kinerja pelayanan atau jasa, beban biaya, citra perusahaan dan keputusan menggunakan jasa layanan RS. Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan kepuasan pasien adalah perasaan pelanggan atau pasien saat menerima dan setelah merasakan layanan yang diinginkan tersebut (Andri, 2011).

## 2.9 Servperf (*Service Performance*)

Menurut Cronin dan Taylor (1994) yang dikutip oleh Dharmayanti, *Service Performance* adalah kinerja dari pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan. Berbeda dengan metode *SERVQUAL*, *SERVPERF* memiliki keunggulan dalam memberikan informasi atribut kualitas pelayanan manakah yang lebih penting untuk diperbaiki sehingga antara keinginan dan kepentingan dapat menjadi lebih tampak dalam analisa atribut kualitas layanan (Remba, et al, 2008). Hal 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.



#### 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.

diperkuat dengan pernyataan Alford dan Sherrell (1996) dikutip dari Dharmayanti (2006), bahwa *service performance* akan menjadi prediktor yang baik bagi kualitas jasa atau pelayanan. *Service performance* lebih bisa menjawab permasalahan yang muncul dalam menentukan kualitas jasa karena bagaimanapun konsumen hanya akan bisa menilai kualitas yang mereka terima dari suatu produsen tertentu bukan pada persepsi mereka atas kualitas jasa pada umumnya (Bolton dan Drew, 1991; Teas 1993; Gotlieb, Grewal dan Brown, 1994) dikutip dari Dharmayanti (2006). Cronin and Taylor (1992) menemukan bahwa ukuran dengan menggunakan *SERVPERF* memberikan hasil yang lebih baik, memiliki estimasi yang lebih dapat dipercaya, dan bias yang lebih rendah dibandingkan dengan *SERVQUAL*. Mehta et al.(2000) menyatakan bahwa untuk industri jasa dengan “banyak barang dan pelayanan yang sedikit” seperti supermarket, *SERVQUAL* lebih baik untuk diterapkan. Akan tetapi untuk lingkungan dengan elemen pelayanan adalah hal yang penting, seperti penjual barang elektronik, *SERVPERF* lebih cocok diterapkan (Setyaningsih, 2013).

### 2.9.1 Importance Performance Analysis (IPA)

Teknik analisis ini dikemukakan pertama kali oleh John A. Mortila dan John C. James dikutip oleh Nasution, (2001). Dalam teknik ini responden diminta untuk meranking berbagai atribut atau elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap atribut tersebut. Selain itu responden juga diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing atribut tersebut.

Ada dua variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan yaitu *expectation* dan *perceived performance*. *Ekspektation* adalah harapan pelanggan terhadap produk atau jasa pelayanan yang diinginkan. Harapan ini dipengaruhi kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu, rekomendasi dari mulut ke mulut dan iklan. Sementara *perceived performance* adalah persepsi pelanggan terhadap penampilan, kinerja dari produk atau jasa pelayanan.

Oleh karena kepuasan akan menimbulkan loyalitas pelanggan, maka loyalitas sebagai variabel endogenus disebabkan oleh suatu kombinasi dari kepuasan *switching barries* dan *voice*. *switching barries* adalah yang berhubungan



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.

dengan jalur distribusi, persediaan produk, dan kemudahan mendapatkannya. Sementara *voice* adalah keluhan dalam arti berhubungan dengan pelayanan terhadap konsumen saat atau pasca pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *importance performance analysis* ini membandingkan antara *ekspektation* (harapan) dengan *perceived performance* (kinerja perusahaan) dalam mengukur kepuasan konsumen suatu perusahaan (Rahmawati, 2010).

### 2.9.2 Pengukuran Service Performance

Adapun tahap-tahap dalam metode *Servperf* adalah sebagai Berikut (Setyaningsih, 2013):

1. Tahap I  
Pada tahap ini, atribu kualitas kinerja pelayanan disusun dari 7 dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari : *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Access* dan *Secure*.
2. Menyebarkan kuesioner untuk mencari data skala derajat kepentingan dan kinerja pelayanan.
3. Membandingkan angka kepentingan dan kinerja pelayanan masing-masing atribut kemudian diperoleh kualifikasi kualitas pelayanan dalam empat kuadran.

Tabel.2.2 Skala Penelitian

Skor/Nilai	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan
5	Sangat Baik	Sangat Penting
4	Baik	Penting
3	Cukup Baik	Cukup Penting
2	Kurang Baik	Kurang Penting
1	Tidak Baik	Tidak Penting

Sedangkan untuk mengetahui skor penilaian rata-rata tingkat kinerja perusahaan dan skor rata-rata tingkat kepentingan pelanggan yang berguna untuk menentukan prioritas peningkatan item-item yang mempengaruhi kepuasan pelanggan digunakan diagram kartesius (Natassia, 2012) dengan rumus sebagai berikut :



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.

$$\bar{x} = \frac{\sum xi}{n} \dots\dots\dots(2.1)$$

$$\bar{y} = \frac{\sum yi}{n} \dots\dots\dots(2.2)$$

$$\bar{z} = \frac{\sum zi}{n} \dots\dots\dots(2.3)$$

Dimana :

x = Skor rata-rata tingkat kinerja pelayanan

y = Skor rata-rata tingkat kepentingan konsumen

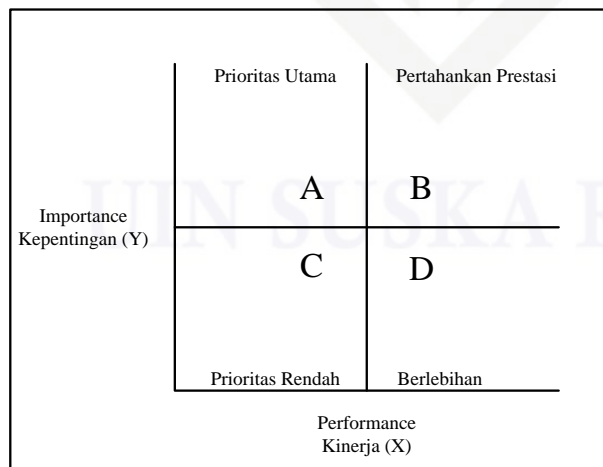
z = Skor rata-rata tingkat harapan konsumen

n = Jumlah responden

**2.9.3 Diagram Kartesius**

Diagram kartesius merupakan suatu bagan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X ,Y) dimana X merupakan rata-rata dari rata rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan atas seluruh faktor atau atribut dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan serta Z merupakan rata-rata dari tingkat harapan pelanggan.

Skor *mean* kinerja dan kepentingan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius (Natassia, 2012) :



Gambar 2.1 Diagram Kartesius



## 2.10 *Quality Function Deployment (QFD)*

### 2.10.1 Definisi QFD

*Quality Function Deployment* merupakan pendekatan sistematis yang menentukan tuntutan atau permintaan konsumen kemudian menerjemahkan tuntutan tersebut secara akurat ke dalam desain teknis, manufacturing, dan perencanaan produksi yang tepat. Pada prinsipnya QFD membantu mendengarkan suara atau keinginan konsumen dan berguna untuk *brainstorming sessions* bagi tim pengembang dalam menentukan cara terbaik memenuhi keinginan konsumen.

QFD adalah metode yang digunakan dalam mendukung dan melaksanakan filosofi Total Quality Management (TQM). QFD digunakan dalam berbagai perencanaan. Dalam QFD, semua anggota tim dapat mengambil keputusan secara sistematis untuk memprioritaskan berbagai tanggapan yang mungkin terhadap sekelompok tujuan tertentu. QFD digunakan untuk memperbaiki proses perencanaan, mengatasi permasalahan tim, serta membantu mengadakan perbaikan terhadap budaya perusahaan atau organisasi.

### 2.10.2 Manfaat dan Keuntungan QFD

Menurut Fandy Tjiptono (2000 dikutip oleh Dudung, 2012) manfaat yang dapat diperoleh dari penerapan QFD bagi perusahaan yang berusaha meningkatkan daya saingnya melalui perbaikan kualitas dan produktivitasnya secara berkelanjutan. Manfaat-manfaat tersebut, antara lain :

#### 1. Fokus Pada Pelanggan

QFD memerlukan pengumpulan masukan dan umpan balik dari pelanggan. Informasi tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam sekumpulan persyaratan pelanggan yang spesifik.

#### 2. Efisiensi Waktu

QFD dapat mengurangi waktu pengembangan produk karena memfokuskan pada persyaratan pelanggan yang spesifik dan telah diidentifikasi dengan jelas.



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. Orientasi Kerja Sama Tim  
QFD merupakan pendekatan kerja sama tim. Semua keputusan dalam proses didasarkan pada konsensus dan dicapai melalui diskusi mendalam dan *brainstorming*.
4. Orientasi Pada Dokumentasi  
Salah satu produk yang dihasilkan dari proses QFD dokumen komprehensif mengenai semua data yang berhubungan dengan segala proses yang ada dan perbandingannya dengan persyaratan pelanggan.

**2.10.3 Kelemahan QFD**

Adapun kelemahan dari QFD ini adalah sebagai berikut (Wijaya, 2011):

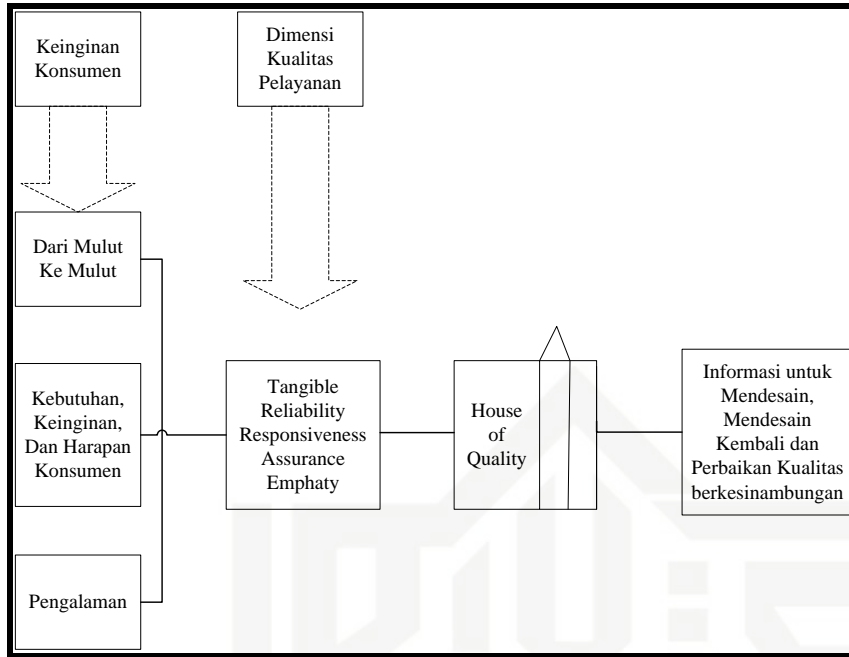
1. Memerlukan keahlian sepesifik beragam
2. Kesulitan dalam pengisian matriks, terutama bila ukurannya terlalu besar
3. Hanya merupakan alat, tidak ada kejelasan kerangka pemecahan masalah
4. Bersifat proyek tanpa berkelanjutan

**2.10.4 Penerapan QFD ke Perusahaan Jasa**

Berhara dan Case, (1992) telah menerapkan konsep QFD ke perusahaan jasa, mereka menggunakan instrument SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman dkk (1994). Untuk memasukan input pelanggan (*customer input*) ke dalam proses desain pelayanan dengan memfokuskan pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Pendekatan ini bermanfaat untuk mendesain kembali (*redesign*) keberadaan pelayanan dan sebagai alat diagnosis untuk perbaikan kualitas berkesinambungan (*continuous quality improvement*). Penerapan Konsep QFD terhadap desain pelayanan yang berkualitas bagi perusahaan jasa dapat digambarkan sebagai berikut (Wijaya, 2011):

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.



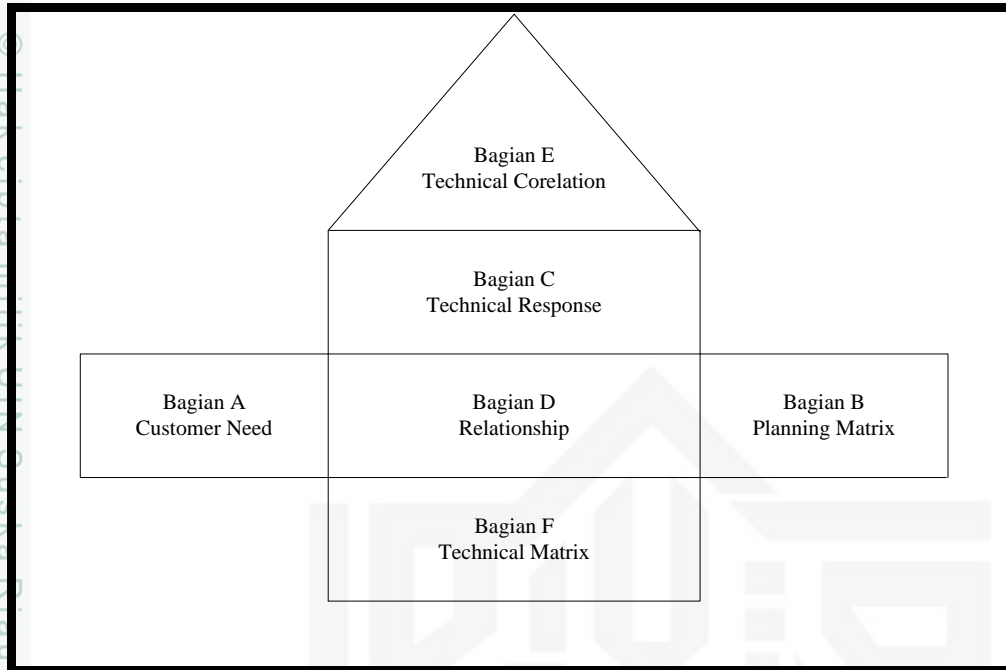
Gambar 2.2 Model QFD Dalam Perusahaan Jasa

### 2.10.5 Rumah Kualitas (*House of Quality*)

Merupakan *tools* yang digunakan untuk menggunakan struktur QFD adalah suatu matrik yang berbentuk rumah, yang disebut *House of Quality*. *QFD* yang ditunjukkan disini sebagai sebuah seri matrik yang berhubungan dengan kebutuhan konsumen terhadap kebutuhan yang terus menerus. Dimana pada tipe perkembangan keinginan konsumen menuju kebutuhan teknik dari suatu jasa, kebutuhan teknik dari suatu jasa menuju kebutuhan proses dan kebutuhan proses menuju ke prosedur kualitas. Matrik ini menjelaskan apa saja yang menjadi kebutuhan dan harapan pelanggan dan bagaimana memenuhinya. Bentuk dan keterangan dari setiap bagian matrik *House of Quality* adalah sebagai berikut (Wijaya, 2011) :



- Hak Cipta Dilindungi 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.



Gambar 2.3 Model *House Of Quality*  
Sumber : (Nasution, 2006)

Keterangan dari tiap bagian adalah sebagai berikut :

1. Bagian A terdiri dari sejumlah kebutuhan dan keinginan konsumen diperoleh dari penelitian pasar.
2. Bagian B terdiri dari tiga jenis informasi :
  - a. Bobot kepentingan kebutuhan konsumen
  - b. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa
  - c. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa sejenis dari perusahaan pesaing
3. Bagian C berisi persyaratan-persyaratan teknis untuk produk atau jasa baru yang akan dikembangkan. Data ini diturunkan berdasarkan informasi yang diperoleh mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen (matrik A)
4. Bagian D terdiri dari penelitian manajemen mengenai kekuatan hubungan antara elemen-elemen yang terdapat pada bagian persyaratan teknis (matrik C) dan kebutuhan konsumen (matrik A) yang dipengaruhi. Kekuatan hubungan ditentukan dengan simbol tertentu.
5. Bagian E menunjukkan korelasi antara persyaratan teknis yang satu dan persyaratan-persyaratan lain yang terdapat di matrik C. Korelasi antara

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.

kedua persyaratan teknis tersebut ditunjukkan menggunakan simbol-simbol tertentu.

6. Bagian F terdiri dari tiga jenis informasi :
  - a. Urutan tingkat kepentingan (ranking) persyaratan teknis.
  - b. Informasi untuk membandingkan kinerja teknis produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan oleh kinerja produk pesaing
  - c. Target kinerja persyaratan teknis produk atau jasa yang baru dikembangkan

#### 2.10.5.1 Komponen Detail *House Of Quality*

1. *Whats* adalah keinginan atau kebutuhan konsumen, ditempatkan pada matrik bagian A
2. *Hows (tactical descriptions)* adalah kebutuhan-kebutuhan akan desain yaitu “bahasa teknis” produk atau jasa. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa matrik *Hows* merupakan jawaban yang diberikan perusahaan dalam matrik *What*
3. *Correlation Matrix* menjelaskan hubungan antara *whats* dengan *hows*. Korelasi ini dapat digambarkan dengan simbol kuat, cukup, dan lemah.
4. *Correlation Roof Matrix* menggambarkan hubungan antara *Hows*. Korelasi ini dapat dibedakan menjadi korelasi positif dan negatif. Bila korelasi positif berarti bahwa antara *technical descriptors* saling mendukung. Tetapi bila korelasi negatif maka antar *technical descriptors* saling bertentangan, sehingga perlu dicermati ketika mengimplementasikannya agar pelanggan tidak dirugikan. Karena bisa jadi kita menaikkan kualitas satu layanan tetapi justru akan menurunkan kualitas layanan yang lain.
5. *Competitive assesment* adalah penilaian produk atau jasa orang dengan orang pesaing. Selain itu pada tahap ini juga dilakukan penelitian mengenai kondisi kemampuan terhadap *technical descriptor* yang telah ditetapkan.

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. *Customer requirement priorities* adalah prioritas yang diberikan konsumen terhadap kebutuhannya. Dalam tahap ini perhitungannya meliputi *Information to Customer, Target Value, Scale Of Factor, Sales Point*, dan nilai *Absolute Weight*.

**2.10.5.2 Importance Rating (IR)**

Pada bagian ini ditempatkan hasil survey mengenai tingkat kepentingan masing-masing kebutuhan yang diinginkan pelanggan. Terdapat tiga cara dalam menentukan tingkat kepentingan yaitu: Tingkat kepentingan absolute (*Absolute Importance*), tingkat kepentingan relative (*Relative Importance*), dan tingkat kepentingan ordinal. (*Ordinal Importance*).

**2.10.5.3 Target Value**

pada bagian ini sangat tergantung pada tim QFD apakah melakukan perubahan atau tidak setelah melihat penelitian konsumen.

**2.10.5.4 Scale UP Factor (Improvement Ratio)**

Nilai *Scale UP Factor* ini merupakan perbandingan antara *target value* dan *performance* perusahaan pada saat ini. Semakin besar nilai *Scale UP Factor* ini maka semakin besar pula usaha yang harus dilakukan untuk mewujudkannya.

$$Scale\ UP\ Factor = \frac{Target\ Value}{Our\ Product\ Performance} \dots\dots\dots(2.4)$$

**2.10.5.5 Sales Point**

Nilai sales point ini mengidentifikasi seberapa menguntungkan kebutuhan pelanggan tersebut berdampak pada perusahaan jika kebutuhan tersebut dipenuhi. Adapun skala yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 2.3 Kategori Penilaian Sales Point

Nilai	Kategori
1	Tanpa Titik Penjualan
1.2	Titik Penjualan Menengah
1.5	Titik Penjualan Ketat

Sumber : (Wijaya, 2011)

### 2.10.5.6 Bobot

Nilai ini merupakan perkalian antara *Importance Rating*, *Scale UP Factor*, dan *Sales Point* dengan Rumus sebagai berikut :

$$\text{Bobot} = \text{Importance Rating} \times \text{IR} \times \text{Sales Point} \dots \dots \dots (2.5)$$

### 2.10.5.7 Normalized Bobot

Pada kolom ini *bobot* yang telah dihitung sebelumnya dikonversikan kedalam persentase, dimana total nilai untuk kolom tersebut akan sama dengan 1. Perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Normalized Bobot} = \frac{\text{Bobot } i}{\text{Bobot Total}} \times 100\% \dots \dots \dots (2.6)$$

Keterangan :

*Bobot i* = bobot di baris ke – 1

Nilai *Normalized Bobot* ini yang akan digunakan dalam perhitungan selanjutnya dalam HOQ. Nilai tersebut menunjukkan tingkat kepentingan suatu kriteria *Customer Needs* secara keseluruhan.

### 2.10.5.8 Subtitue Quality Characteristic ( Technical Response)

Bagian ini pengguna QFD melakukan transisi yaitu dari *Voice of The Customer* menjadi *Voice of the Developer*. *Voice of the Developer* yang merupakan hasil translasi sering disebut *Subtitue Quality Characteristic* atau *Technical Response*. Proses translasi dilakukan dengan mencari cara-cara atau teknik yang perlu dilakukan oleh pihak perusahaan untuk memenuhi konsumen hasil survey sebelumnya (Santoso, 2015).

### 2.10.5.9 Impacts, Relationship dan Prioritas

Setelah kita memiliki VOC dan SQC yang lengkap langkah berikutnya mencari hubungan sebab akibat yang ditimbulkan oleh masing-masing SQC terhadap VOC. Caranya dengan memberikan penilaian atas korelasi masing-masing



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.

komponen tersebut. Dalam teori QFD secara umum terdapat empat kemungkinan hubungan antara SQC dan VOC yaitu (Santoso, 2015):

1. SQC dan VOC tidak berhubungan. Artinya perubahan yang dilakukan terhadap SQC baik besar maupun kecil tidak mempengaruhi VOC.
2. SQC dan VOC sedikit berhubungan. Artinya perubahan SQC yang besar dapat menimbulkan sedikit pengaruh pada VOC.
3. SQC dan VOC hubungan biasa. Artinya perubahan SQC menimbulkan pengaruh juga pada VOC secara seimbang.
4. SQC dan VOC sangat berhubungan. Artinya perubahan SQC walaupun sedikit dapat menimbulkan pengaruh besar pada VOC.

Simbol-simbol atau nilai biasanya sering digunakan untuk mewakili tiap jenis hubungan itu adalah sebagai berikut:

Tabel 2.4 Simbol Untuk Hubungan Antara SQC dan VOC

Simbol	Artinya	Nilai angka
	Tidak berhubungan	0
△	Sedikit berhubungan	1
○	Hubungan biasa	3
◎	Sangat berhubungan	9

Sumber : (Wijaya, 2011)

Setelah kita memberikan penilaian untuk hubungan setiap SQC dan VOC, langkah berikutnya yaitu menghitung besarnya prioritas untuk masing-masing SQC. Langkah dalam menghitung besar prioritas adalah sebagai berikut:

1. Untuk setiap sel perpotongan antara SQC dan VOC (baris dan kolom) dilakukan perhitungan nilai *relationship* yaitu dengan mengkalikan nilai hubungan (*impact*) yang terdapat dalam sel tersebut dengan *Normalized Raw Weight* yang terdapat dalam *planning matrix*.

**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.

2. Setelah melakukan perhitungan di atas maka besarnya prioritas untuk masing-masing SQC dapat dicari dengan menjumlahkan hasil perhitungan tersebut per kolomnya, hasil penjumlahan itu disebut kontribusi dari SQC bersangkutan.
3. Untuk mendapatkan hasil yang normal maka dapat dihitung *Normalixed Contribution*, sehingga besarnya prioritas diukur dalam persentase. Cara perhitungannya sama seperti saat menghitung *Normalized Raw Weight*.

**2.10.5.10 Technical Correlation**

Merupakan bagian yang terletak dibagian atas dari HOQ, bentuknya berupa segitiga seringkali bagian *Technical Correlation* ini disebut sebagai atap dari HOQ. Dalam bagian ini setiap item yang terdapat dalam SQC akan dibandingkan dan dicari korelasinya. Suatu item dengan item yang lain mungkin saling mempengaruhi, bisa positif (saling mendukung) maupun negating (saling bertentangan). Untuk itu pada sel yang menghubungkan kedua item tersebut diberikan tanda yang menandakan hubungan antara kedua item tersebut (Santoso, 2015).

Bagian ini akan memetakan hubungan saling dan saling ketergantungan diantara parameter teknik. Interaksi antara parameter teknik dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 2.5 Hubungan antara *Technical Descriptor*

Simbol	Pengaruh Hubungan
	Tidak Ada Hubungan
△	Negatif
⊙	Sangat positif
○	Positif biasa

Sumber (Wijaya, 2011)

### 2.10.5.11 Menentukan *Technical Matrik*

Digunakan untuk menentukan urutan prioritas pelaksana respon teknis nilai kebutuhan proses diperoleh dengan rumus sebagai berikut (Muslim, 2015):

$$KPi = \sum BPi \times Hi \dots\dots\dots(2.7)$$

Dimana:

*KPi* : Nilai *absolut technical descriptor* setiap atribut

*Bpi* : (Normalisasi Bobot) atribut jasa yang diinginkan yang memiliki Hubungan dengan kebutuhan proses.

*Hi* : Nilai hubungan atau interaksi antara setiap atribut

### 2.11 Konsep Dasar Kuesioner

Kuesioner adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan untuk tujuan khusus yang memungkinkan penganalis untuk mengumpulkan data mengenai pengetahuan, sikap, keyakinan, perilaku, dan karekteristik utama dari orang-orang di dalam organisasi, serta pendapat dari responden yang dipilih. Dalam konteks statistik, kuesioner merupakan alat pengumpulan data dari teknik pengumpulan data angket, kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Secara sederhana pengertian kuesioner adalah seperangkat daftar pertanyaan yang harus diisi oleh orang yang akan diukur (responden). Pengertian lain tentang kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalisasikan ke dalam bentuk item atau pertanyaan. Dalam membuat kuesioner penelitian harus mengacu pada teori variabel penelitian. Selain itu, juga harus memperhatikan hal-hal berikut ini (Budiman, 2013) :

1. Ada petunjuk jelas mengenai maksud diberikannya kuesioner.
2. Ada petunjuk jelas mengenai cara pengisian kuesioner.
3. Menggunakan kalimat yang mudah dimengerti dan tidak memiliki arti bias.
4. Menghindari pertanyaan tidak jelas, tidak perlu, dan tidak relevan.
5. Menghindari pertanyaan yang memberikan sugesti, bernada menekan/mengancam.

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.

### 2.11.1 Penyusunan Kuesioner

Pengumpulan data kepuasan pelanggan didapatkan dengan metode kuisisioner dan wawancara. Kuisisioner tersebut disusun berdasarkan atribut-atribut yang telah disesuaikan dengan kebutuhan penilaian kepuasan pelanggan kontraktor telekomunikasi dan disesuaikan dengan pendapat para pakar yang berkompeten dan ahli dalam bidang ini. Kuisisioner ini memiliki 3 bagian penting, yakni bagian deskriptif dari responden, penilaian terhadap kepuasan pelanggan serta tingkat kepentingan.

### 2.11.2 Skala Pengukuran

Pengukuran adalah pemakaian satuan-satuan kuantitatif maupun kualitatif pada objek penelitian, yang mendeskripsikan jumlah atau tingkat properti yang dimiliki objek tersebut. Untuk melakukan pengukuran diperlukan metode yang dapat membantu yaitu sebuah skala. Dalam riset pemasaran, suatu skala ditujukan untuk memperoleh dua hal, yaitu untuk mengukur karakteristik responden yang mengisinya dan menggunakan responden untuk menilai suatu objek. Skala pengukuran yang biasa digunakan adalah :

1. Skala Nominal

Dalam skala ini, nomor berperan hanya sebagai label atas suatu kategori objek. Nominal berarti "*name-like*" mengindikasikan bahwa nomor diberikan kepada obyek yang diklasifikasikan dan tidak diberikan nilai sebenarnya. Skala nominal hanya melakukan kategorisasi variabel yang diukur dan identifikasi. Dan dalam skala nominal sebuah kategori tidak dapat diurutkan berdasar tingkatan.

2. Skala Ordinal

Dalam skala ini, selain pengkategorisasi variabel seperti pada skala nominal, didapat pula hubungan urutan antara variabel. Skala ordinal memperlihatkan hubungan yang sating berurutan antara beberapa objek. Contohnya adalah tingkat nilai, yaitu kurang dari 60, antara 60 hingga 70, antara 70 hingga 80, dan lebih dari 80.





## 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. Skala Interval

Skala ini meliputi penggunaan nomor-nomor untuk mengurutkan objek-objek dimana jarak antara koresponden numeral sehingga jarak antara karakteristik masing-masing obyek diukur. Pengukuran dengan menggunakan skala interval ini memungkinkan perbandingan dari ukuran yang berbeda antara beberapa objek. Contohnya adalah pendapat mengenai aksesoris ponsel: Sangat tidak penting 1 2 3 4 5 Sangat penting.

## 4. Skala Rasio

Skala ini memiliki seluruh properti skala interval ditambah dengan keberadaan "*zero absolute point*". Dengan pengukuran rasio, hanya satu nomor yang dialokasikan pada sebuah unit pengukuran atau jarak.

5. Skala *Likert*

Berbagai penelitian untuk mencari dan mengukur perilaku dan kepuasan konsumen biasanya menggunakan skala *likert*. Skala ini mudah dimengerti oleh responden dalam memberikan penilaian terhadap suatu atribut. Skala ini dapat memberikan peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk perasaan mereka dalam bentuk persetujuan terhadap pernyataan. Skala *likert* adalah skala pengukuran dimana responden menentukan level kesetujuan atau ketidaksetujuan dengan pernyataan yang mengungkapkan sikap yang disenangi atau tidak disenangi. Dengan skala ini, responden ditanyakan untuk menentukan kesetujuan atau ketidaksetujuan dari sebuah pernyataan dengan memberikan nilai. Total nilainya kemudian akan digunakan untuk menentukan sikap dari responden. Dengan skala *likert*, responden berpikir untuk sebuah pernyataan pada suatu waktu dengan skala dari satu titik ekstrim yang satu ke titik ekstrim yang lain (Fadhillah, 2012).



## 2.12 Metode Sampling

Metode Sampling Dalam suatu penelitian, jumlah keseluruhan unit analisis, yaitu objek yang akan diteliti, disebut populasi. Secara ideal, sebaiknya kita meneliti seluruh anggota populasi. Akan tetapi, seringkali populasi penelitian sangat besar sehingga tidak mungkin untuk diteliti seluruhnya dengan waktu, biaya dan tenaga yang tersedia. Dalam keadaan demikian, maka penelitian dilakukan terhadap sampel, yaitu sebagian dari populasi yang telah memenuhi kriteria untuk diteliti. Dengan meneliti sampel, diharapkan bahwa hasil yang diperoleh akan dapat menggambarkan sifat populasi yang bersangkutan.

Pemilihan sampel untuk memperoleh data mengenai populasi merupakan prosedur yang mendasar dalam suatu penelitian. Keuntungan dari teknik sampling antara lain mengurangi biaya, mempercepat waktu penelitian dan dapat memperbesar ruang lingkup penelitian (Singarimbun, M., 1989). Akan tetapi, pemilihan sampel selalu mengakibatkan adanya perbedaan antara nilai yang sebenarnya (dalam populasi) dari variabel yang diteliti dengan nilai hasil observasi (dalam *sampling*), yang disebut *error sampling* (Rahmawati, 2010).

Terdapat banyak cara untuk memperoleh sampel yang diperlukan dalam penelitian. Ada 2 macam metode pengambilan sampel yaitu pengambilan sampel secara acak (*probability sampling*) dan pengambilan sampel secara tidak acak (*nonprobability sampling*).

### 2.12.1 Pengambilan Sampel Secara Tidak Acak

Pengambilan sampel secara tidak acak (*non probability sampling*) adalah metode sampling yang setiap anggota populasinya tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel, bahkan probabilitas anggota populasi tertentu untuk terpilih tidak diketahui. Pengambilan sampel secara tidak acak terdiri dari:

1. *Accidental Sampling (Convenience Sampling)*, adalah suatu teknik pengambilan sampel dimana sampel yang diambil merupakan sampel yang paling mudah diperoleh atau dijumpai. Dalam hal ini, unit sampel sangat mudah diakses, diukur, dan sangat bekerja sama sehingga teknik sampling ini sangat mudah, murah dan cepat dilaksanakan.

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 mengumumkannya 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.

2. *Purposive Sampling (Judgmental Sampling)*, adalah suatu teknik pengambilan sampel dimana pemilihan sampel dilakukan dengan pertimbangan subjektif tertentu berdasar beberapa ciri atau karakteristik yang dimiliki sampel tersebut, yang dipandang berhubungan erat dengan ciri atau karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Sampel yang purposif adalah sampel yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan penelitian.
3. *Quota Sampling*, adalah suatu teknik pengambilan sampel dimana sampel diambil dari suatu sub populasi yang mempunyai karakteristik-karakteristik tertentu dalam batasan jumlah atau kuota tertentu yang diinginkan.
4. *Snowball Sampling*, adalah suatu teknik pengambilan sampel yang sangat sesuai digunakan untuk mengetahui populasi dengan ciri-ciri khusus yang sulit dijangkau. Pemilihan pertama dilakukan secara acak, kemudian setiap responden yang ditemui diminta untuk memberikan informasi mengenai rekan-rekan lain yang mempunyai kesamaan karakteristik yang dibutuhkan, sehingga diperoleh responden tambahan.

### 2.12.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam pengambilan sampel sebaiknya menggunakan cara-cara yang lebih dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Untuk menentukan besarnya jumlah responden atau sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin dan Harry King yaitu sebagai berikut (Ayuningsih, 2012):

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \dots \dots \dots (2.8)$$

Keterangan :

N = Populasi

n = Sampel

e = Tingkat kesalahan penarikan sampel







**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 mendekati 1), maka kuisisioner tersebut semakin reliabel. Koefisien *alpha cronbach* merupakan reliabilitas yang paling umum digunakan. Koefisien *alpha cronbach*. Yaitu metoda perhitungan reliabilitas yang dikembangkan oleh Cronbach (1979).

Nilai-nilai untuk pengujian reliabilitas berasal dari skor-skor item angket yang valid. Item yang tidak valid tidak dilibatkan dalam pengujian reliabilitas. Instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika nilai koefisien yang diperoleh > 0,60 ada pendapat lain yang mengemukakan baik atau buruknya reliabilitas insrtumen dapat dikonsultasikan dengan nilai (r tabel). Untuk menentukan keeratan hubungan dari perhitungan koefisien reliabilitas, maka digunakan kriteria sebagai berikut:

- |    |                 |   |
|----|-----------------|---|
| 1. | Kurang dari 0,2 | : Hubungan yang sangat kecil dan bisa diabaikan |
| 2. | 0,2 - < 0,4     | : Sangat kecil (tidak erat)                     |
| 3. | 0,4 - < 0,7     | : Hubungan cukup erat                           |
| 4. | 0,7 - < 0,9     | : Erat ( <i>reliable</i> )                      |
| 5. | 0,9 - < 1,0     | : Sangat erat                                   |
| 6. | 1               | : Sempurna                                      |

Setelah dilakukan pengujian terhadap data hasil penyebaran kuesioner, maka dapat diketahui tingkat validitas dan reliabilitas data kuesioner tersebut, jika data yang diambil belum valid maka perlu melakukan perancangan kembali terhadap kuesioner yang disebarakan atau data-data yang tidak valid dibuang dan tidak diikut sertakan karena data lain yang sudah valid telah mewakili data yang dimaksud. Tetapi jika data sudah valid maka dapat melanjutkan ketahap selanjutnya.