

SKRIPSI

**KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PASIEN DI RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK
KOTA BANDA ACEH
(Tinjauan Melalui Metode *Service Quality*)**



Disusun Oleh:

**SY. RAHMI
NIM. 150604020**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2020 M/ 1442 H**



**KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Situs : www.uin-arraniry-web.id/fakultas-ekonomi-dan-bisnis

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Sy. Rahmi
NIM : 150604020
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. ***Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.***
2. ***Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
3. ***Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
4. ***Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
5. ***Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 27 Agustus 2020

Yang Menyatakan,



Sy. Rahmi
Sy. Rahmi

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI
SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ilmu Ekonomi

Dengan Judul:

**Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Rumah
Sakit Ibu Dan Anak Kota Banda Aceh
(Tinjauan Melalui Metode *Service Quality*)**

Disusun Oleh :

Sy. Rahmi
NIM. 150604020

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan
formatnya
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian
studi pada
program studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,

Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si
NIP. 197204281999031005

Pembimbing II,

Marwiyati, SE.,MM.
NIP. 197404172005012002

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi, *Rm.*

Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si.
NIP. 197204281999031005

**LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL
SKRIPSI**

Sy. Rahmi

NIM. 150604020

Dengan Judul:

**Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Rumah Sakit Ibu Dan
Anak Kota Banda Aceh
(Tinjauan Melalui Metode *Service Quality*)**

Telah Disidangkan oleh Program Studi Strata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata 1 dalam bidang Ilmu Ekonomi

Pada Hari/Tanggal:

Kamis, 27 Agustus 2020
8 Muharram 1442 H

Banda Aceh
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si
NIP. 197204281999031005

Marwiyati, SE., MM.
NIP. 197404172005012002

Penguji

Penguji II,

Ayumiaty, SE., M.Si
NIP. 197806152009122002

Abrar Amri, SE., S.Pd.I., M.Si
NIDN. 0122078601



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,

Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 196403141992031003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web : www.library.ar-raniry.ac.id, Email : library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Sy. Rahmi
NIM : 150604020
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmu Ekonomi
E-mail : syarifahrahmi1997@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

☐ Tugas Akhir 7 ☐ KKU ☐ Skripsi ☐

yang berjudul:

Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Rumah Sakit Ibu Dan Anak Kota Banda Aceh

(*Tinjauan Melalui Metode Service Quality*)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain

☐ secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Banda Aceh

Pada Tanggal: 27 Agustus 2020

Mengetahui:

Penulis

Sy. Rahmi
NIM. 150604020

Pembimbing I,

Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si
NIP. 197204281999031005

Pembimbing II

Marwiyati, SE., MM.
NIP. 197404172005012002

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah swt. yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Rumah Sakit Ibu Dan Anak Kota Banda Aceh (Tinjauan Melalui Metode Service Qualiti)”**. Shalawat beriringkan salam tidak lupa kita sanjung sajikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad saw. dimana beliau telah membawa kita dari alam jahiliyah menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang sedang kita rasakan saat ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si selaku Ketua Program studi Ilmu Ekonomi dan Marwiyati, SE., MM. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi dan ibu Sitti Zahrah, S.Ag selaku operator Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

3. Muhammad Arifin, Ph.D selaku ketua Laboratorium laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
4. Dr. Muhammad adnan, SE., M. Si selaku dosen pembimbing I dan Marwiyati, S.E., MM. selaku dosen Pembimbing II yang tidak bosan-bosannya memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terima kasih atas bimbingan dan motivasi selama ini.
5. Ayumiati, SE., M.Si selaku penguji I dan Abrar Amri, SE., S.Pd.I., M.Si selaku penguji II yang telah memberikan arahan dan masukan selama proses sidang berlangsung.
6. Dr. Muhammad Adnan, SE selaku penasehat Akademik (PA) yang telah memberi saran dan nasehat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, dan seluruh staf pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Terima kasih kepada karyawan Rumah Sakit Ibu Dan Anak Kota Banda Aceh telah memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Terima kasih yang tidak terhingga kepada kedua orang tua tercinta, Ibu Mardhiah dan Bapak Said Misbah, dan suami tercinta Teguh Dwi Syahputra, yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, dan doa serta dorongan moril maupun materil yang tak terhingga.

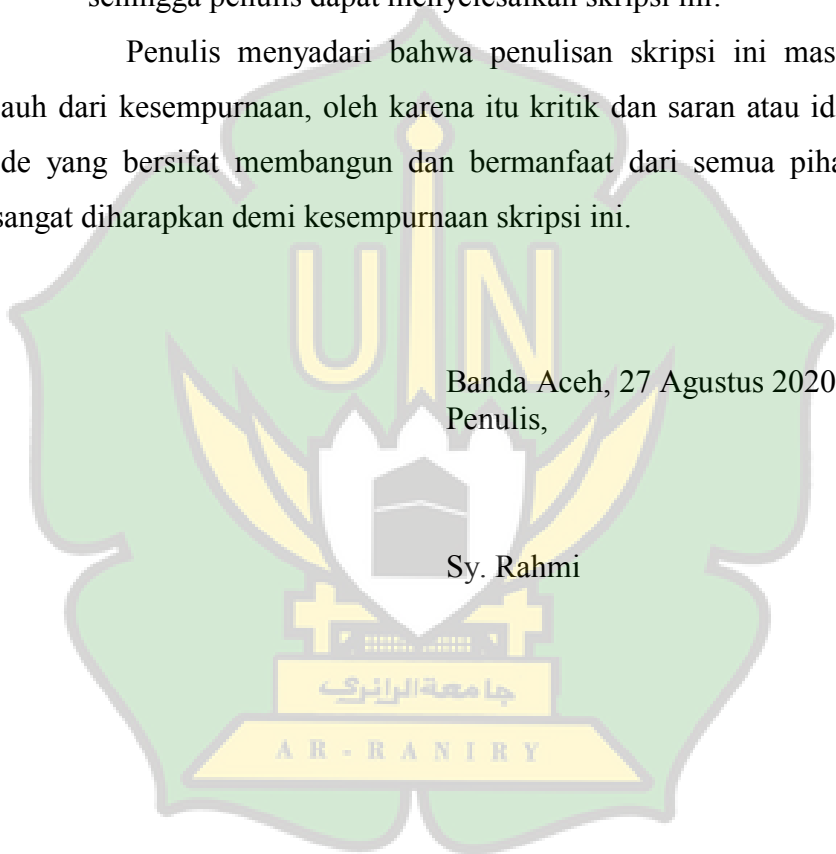
9. *Best Squad*, Syarifah Murnita, Syarifah Julaiha, Rifki, Ulya, Icut, Julita, Miftah, Melda, dan teman-teman seperjuangan Program Studi Ilmu Ekonomi angkatan 2015 khususnya unit 01 yang telah memberikan semangat dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran atau ide-ide yang bersifat membangun dan bermanfaat dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Banda Aceh, 27 Agustus 2020

Penulis,

Sy. Rahmi



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun1987 –Nomor:0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak Dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌ِ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauila*

3. Maddah

Maddah atau panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
◌َ ا / ي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
◌ِ ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
◌ُ و	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ :*qāla*

رَمَى :*ramā*

قِيلَ :*qīla*

يَقُولُ :*yaqūlu*

4. *TaMarbutoh* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutoh ada dua.

- a. Ta *marbutoh* (ة) hidup

Ta *marbutoh* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. Ta *marbutoh* (ة) mati

Ta *marbutoh* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutoh* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

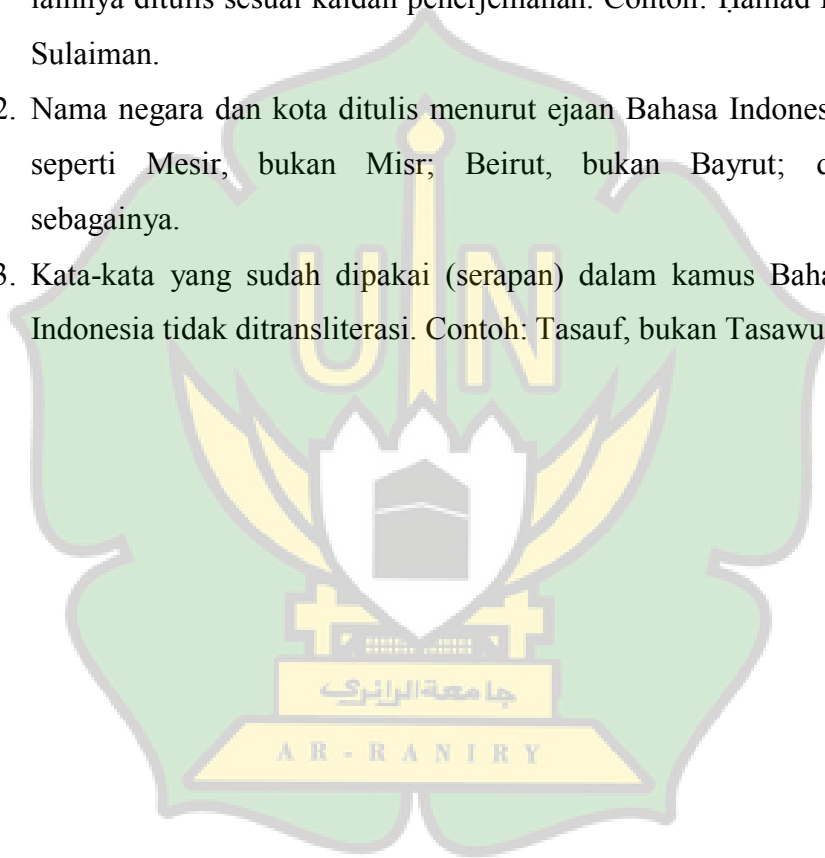
رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/*
al-MadīnatulMunawwarah

طَلْحَة : *Talḥah*

Catatan:**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama Mahasiswa/I : Sy. Rahmi
NIM : 150604020
Fakultas/Program Studi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ Ilmu Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Pasien Di Rumah Sakit Ibu Dan
Anak Kota Banda Aceh (Tinjauan Melalui
Metode Service Quality)
Pembimbing I : Dr. Muhammad Adnan, SE.,M.Si
Pembimbing II : Marwiyati, SE., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Rumah Sakit Ibu Dan Anak Kota Banda Aceh. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dengan analisis IPA. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah besarnya gap dimensi bentuk fisik (*Tangible*) harapan < kenyataan yang berarti terjadi Gap sebesar 0,045. Hal ini menunjukkan Rumah Sakit Ibu dan Anak sudah dapat memberikan pelayanan fisik kepada pasien. Besarnya gap dimensi kehandalan (*Reability*) harapan < kenyataan yang berarti terjadi Gap sebesar 0,59. Hal ini berarti Rumah Sakit Ibu dan Anak sudah memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Besarnya gap dimensi daya tanggap (*Responsiveness*) harapan < kenyataan yang berarti terjadi Gap sebesar 0,37. Hal ini berarti bahwa Rumah Sakit Ibu dan Anak sudah memberikan layanan yang cepat dan tepat kepada pasien. Besarnya gap dimensi jaminan (*Assurance*) harapan < kenyataan yang berarti terjadi Gap sebesar 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa Rumah Sakit Ibu dan Anak sudah memiliki kapasitas pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya pasien terhadap rumah sakit. Besarnya gap dimensi empati (*Emphaty*) harapan < kenyataan yang berarti terjadi kesenjangan Gap sebesar 0,57. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Rumah Sakit Ibu dan Anak sudah memberikan rasa puas kepada pasien.

Kata Kunci: Kepuasan Pasien, *Tangible*, *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	iii
HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	vi
LEMBAR PENGESAHAN HASIL SIDANG.....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	viii
KATA PENGANTAR	x
HALAMAN TRANSLITERASI	ix
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Pembahasan.....	9
 BAB II. KAJIAN TEORITIS	 11
2.1 Kepuasan.....	11
2.1.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan	12
2.1.2 Indikator Kepuasan.....	15
2.1.3 Manfaat Kepuasan.....	15
2.1.4 Metode Pengukuran Kepuasan	16
2.2 Kualitas Pelayanan	17
2.2.1 Konsep Pelayanan Publik	19
2.2.2 Prinsip-prinsip Pelayanan Publik.....	21
2.2.3 Standar Pelayanan Publik	22
2.2.4 Dimensi Kualitas Pelayanan	23
2.2.5 Karakteristik Kualitas Pelayanan.....	25
2.2.6 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan ..	26
2.3 Jasa.....	30
2.3.1 Klasifikasi Jasa	30

2.3.2 Karakteristik Jasa.....	33
2.4 Model Service Quality (Servqual)	34
2.5 Penelitian Terdahulu	35
2.6 Kerangka Pemikiran	38

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Lokasi dan Objek Penelitian	39
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Populasi dan Sampel.....	40
3.6 Skala Pengukuran	41
3.7 Defenisi Operasional.....	43
3.8 Pengujian Kualitas Data.....	44
3.9 Metode Analisis Data.....	45
3.10 Perhitungan Nilai Servqual	46
3.11 <i>Importance Perfomance Analysis</i> (IPA)	47

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	49
4.2 Karakteristik Responden.....	49
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia	50
4.2.3 Responden Berdasarkan Status Perkwaninan	51
4.2.4 Responden Pendidikan	51
4.2.5 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
4.3 Hasil Analisis Data	52
4.4 Hasil Uji Realibilitas dan Valilitas	61
4.4.1 Hasil Uji Realibilitas	61
4.4.2 Hasil Uji Valilitas.....	62
4.5 Perhitungan Nilai Servqual	64
4.5.1 Nilai Servqual <i>Tangible</i>	64
4.5.2 Nilai Servqual <i>Realibility</i>	65
4.5.3 Nilai Servqual <i>Responsiveness</i>	66
4.5.4 Nilai Servqual <i>Asurance</i>	68
4.5.5 Nilai Servqual <i>Emphaty</i>	69
4.6 Diagram IPA (<i>Importance Pervomence Analysis</i>)	71

4.7 Pembahasan.....	75
BAB V. PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	82



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	: Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2	: Identitas Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3	: Identitas Responden Berdasarkan Status Perkawina	51
Tabel 4.4	: Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan...	51
Tabel 4.5	: Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan	52
Tabel 4.6	: Interpretasi Nilai Rata-rata Tanggapan Responden	52
Tabel 4.7	: Jawaban Responden Terhadap <i>Tangible</i>	53
Tabel 4.8	: Jawaban Responden Terhadap <i>Reliability</i>	54
Tabel 4.9	: Jawaban Responden Terhadap <i>Responsiveness</i> ..	55
Tabel 4.10	: Jawaban Responden Terhadap <i>Assurance</i>	57
Tabel 4.11	: Jawaban Responden Terhadap <i>Emphaty</i>	58
Tabel 4.12	: Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.13	: Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4.14	: Skor Servqual <i>Tangible</i>	62
Tabel 4.15	: Skor Servqual <i>Reliabiliti</i>	64
Tabel 4.16	: Skor Servqual <i>Responsiveness</i>	65
Tabel 4.17	: Skor Servqual <i>Assurance</i>	68
Tabel 4.18	: Skor Servqual <i>Emphaty</i>	70
Tabel 4.19	: Hasil Perhitungan Diagram IPA Pada Kuadran A	72
Tabel 4.20	: Hasil Perhitungan Diagram IPA Pada Kuadran B	73
Tabel 4.21	: Hasil Perhitungan Diagram IPA Pada Kuadran C	74
Tabel 4.22	: Hasil Perhitungan Diagram IPA Pada Kuadran D	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	38
-------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner 82

Lampiran 2 Tanggapan Responden 85

Lampiran 3 Karakteristik Responden 120

Lampiran 4 Deskripsi 121



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan dalam pemasaran dari tahun ketahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Setiap orang mempunyai hak dalam memperoleh perlakuan pelayanan dan mencapai pada taraf kepuasan, ketersediaan segala bentuk upaya pemasaran yang bermutu, aman efisien, dan terjangkau. Perlakuan baik merupakan salah satu bentuk harapan yang diinginkan oleh konsumen. Sasaran pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan keunggulan nilai serta menjaga dan menumbuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan.

Kepuasan konsumen memegang peranan yang penting dan kritis bagi keberlangsungan hidup dan berkembang kehidupan organisasi, sehingga dapat mencerminkan tingkat keberhasilan kegiatan dalam memuaskan keinginan konsumen. Kepuasan merupakan suatu fungsi dari kesan kinerja dan harapan, jika kinerja dibawah harapan maka pelanggan tidak puas, jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan sangat puas. Kepuasan dapat menciptakan kedekatan emosional dengan konsumen, bukan hanya preferensi rasional. Kepuasan tidak akan berhenti pada satu titik dan selalu bergerak dinamis mengikuti tingkat kualitas layanan dengan harapan-harapan yang berkembang dibenak konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas konsumen. Konsumen yang merasa puas dengan

pelayanan yang diberikan akan menggunakan kembali jasa perusahaan dan juga akan berbagi cerita pengalaman kepada rekan atau tetangga tentang kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Menurut Kotler (2015:117) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Indikator pembentuk kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2014:101) terdiri dari: 1) menanyakan langsung kepada konsumen seberapa luas mereka menggunakan produk atau jasa yang diberikan. 2) tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen. 3) kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait. 4) kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

Banyak manfaat yang diterima oleh badan usaha dengan tercapainya tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, yaitu dapat mencegah terjadinya perputaran konsumen, mengurangi sensitivitas konsumen terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah konsumen, meningkatkan efektivitas iklim, dan meningkatkan reputasi bisnis (Setiadi, 2013:125).

Kepuasan konsumen memiliki hubungan yang erat dengan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Dewi, 2016). Kualitas

pelayanan adalah upaya perusahaan jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta ketepatannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu, pelayanan yang diharapkan konsumen (*expected service*) dan pelayanan yang diterima atau dirasakan oleh konsumen (*perceived service*) atau hasil yang dirasakan. Menurut Tjiptono (2014:352) kualitas pelayanan jasa memiliki 5 (lima) dimensi pengukuran, yaitu: keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan berwujud.

Keandalan (*reliability*) adalah dimensi yang mengukur keandalan suatu pelayanan jasa kepada konsumen. Keandalan didefinisikan sebagai kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijadikan secara akurat dan terpercaya. Ketanggapan (*Responsiveness*) adalah kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat kepada konsumen. Dimensi ketanggapan merupakan dimensi yang bersifat paling dinamis. Hal ini dipengaruhi oleh faktor perkembangan teknologi. Salah satu contoh aspek ketanggapan dalam pelayanan adalah kecepatan. Jaminan (*assurance*) adalah dimensi kualitas pelayanan yang berhubungan dengan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen. Dimensi jaminan meliputi kemampuan tenaga kerja atas kemampuan karyawan dan kesopanan dalam memberi pelayanan, ketrampilan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan di dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan. Empati

(*Emphaty*) adalah kesediaan untuk peduli dan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada konsumen (pengguna jasa). Dimensi empati adalah dimensi yang memberikan peluang besar untuk menciptakan pelayanan yang “*surprisei*” yaitu sesuatu yang tidak diharapkan pengguna jasa tetapi ternyata diberikan oleh penyedia jasa. Berwujud (*Tangible*) didefinisikan sebagai penampilan fasilitas peralatan dan petugas yang memberikan pelayanan jasa karena suatu *service* jasa tidak dapat dilihat, dicium, diraba, atau didengar maka aspek berwujud menjadi sangat penting sebagai ukuran terhadap pelayanan jasa.

Tjiptono & Chandra (2011:164), konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*). Kualitas desain merupakan fungsi secara spesifik dari sebuah produk atau jasa, kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk atau jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya. Maka dari itu yang dimaksud kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan.

Rumah sakit sebagai institusi yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan mengalami perubahan, pada awal perkembangannya, rumah sakit adalah lembaga yang berfungsi sosial, tetapi dengan adanya rumah sakit swasta, menjadikan rumah sakit lebih mengacu sebagai suatu industri yang bergerak dalam bidang pelayanan kesehatan dengan melakukan pengelolaan yang

berdasar pada manajemen badan usaha. Seiring dengan itu, terjadi persaingan antara sesama rumah sakit baik rumah sakit milik pemerintah maupun rumah sakit milik swasta, semua berlomba-lomba untuk menarik konsumen agar menggunakan jasanya.

Untuk menghadapi persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis jasa rumah sakit, maka setiap badan usaha dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berbeda dari yang lainnya. Rumah Sakit Ibu dan Anak merupakan salah satu Rumah Sakit yang terdapat di Kota Banda Aceh, dimana proses pelayanan kepada pasien terdapat hal-hal yang masih belum sesuai. Pada saat sekarang Rumah sakit Ibu dan Anak masih menjadi salah satu rumah sakit yang sangat ramai dikunjungi oleh masyarakat Kota Banda Aceh dan juga masyarakat luar Kota Banda Aceh, kondisi ini terlihat pada jumlah pasien rawat jalan dan rawat inap, yang tersaji pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Pasien Rawat Jalan dan Rawat Inap
Rumah Sakit Ibu Dan Anak Tahun 2014-2018

No	Ket Pasien	2014	2015	2016	2017	2018
1	Rawat Inap	8.193	7.371	5.326	7.206	8.217
2	Rawat Jalan	24.184	25.475	25.866	26.675	28.476

Sumber: Profil Rumah Sakit Ibu dan Anak 2018

Berdasarkan tabel di atas, jumlah pasien rawat inap dan rawat jalan rata-rata terjadi peningkatan jumlah tersebut menggambarkan bahwa kebutuhan masyarakat akan jasa yang diberikan oleh rumah sakit menjadi sangat diperlukan. Namun sisi lain, adanya tanggapan negatif dari pasien terhadap layanan yang diberikan oleh pihak Rumah Sakit Ibu dan Anak yang mengakibatkan adanya

ketidakpuasan terhadap layanan tersebut. Sudah selayaknya Rumah Sakit Ibu dan Anak sebagai sebuah lembaga pelayanan publik harus memberikan pelayanan yang maksimal terhadap masyarakat, sehingga apa yang dibutuhkan oleh masyarakat terpenuhi.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian Dewi (2016) kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan penyedia jasa.

Penelitian yang dilakukan oleh Jaya dan Syarufudin (2015) menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUPN Dr. Cipto Mangunkusumo Jakarta. Dengan demikian untuk menciptakan kepuasan konsumen, maka suatu badan usaha harus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, hal ini semakin menambah pentingnya untuk meningkatkan pelayanan agar masyarakat yang berobat dapat dilayani dengan baik dan mendapatkan kepuasan yang dirasakan. Oleh sebab itu, penulis tertarik ingin mengkaji lebih dalam mengenai permasalahan ini yang penulis tuangkan dalam skripsi yang berjudul **“Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Rumah Sakit Ibu Dan Anak Kota Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah,

1. Berapa besar kesenjangan antara harapan dan kenyataan pasien jika dilihat dari sisi *Responsiveness*?
2. Berapa besar kesenjangan antara harapan dan kenyataan pasien jika dilihat dari sisi *Assurance*?
3. Berapa besar kesenjangan antara harapan dan kenyataan pasien jika dilihat dari sisi *Tangible*?
4. Berapa besar kesenjangan antara harapan dan kenyataan pasien jika dilihat dari sisi *Emphaty*?
5. Berapa besar kesenjangan antara harapan dan kenyataan pasien jika dilihat dari sisi *Reliability*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui besar kesenjangan antara harapan dan kenyataan pasien jika dilihat dari sisi *Responsiveness*.
2. Untuk mengetahui besar kesenjangan antara harapan dan kenyataan pasien jika dilihat dari sisi *Assurance*.
3. Untuk mengetahui besar kesenjangan antara harapan dan kenyataan pasien jika dilihat dari sisi *Tangible*.
4. Untuk mengetahui besar kesenjangan antara harapan dan kenyataan pasien jika dilihat dari sisi *Emphaty*.

5. Untuk mengetahui besar kesenjangan antara harapan dan kenyataan pasien jika dilihat dari sisi *Reliability*.

1.4 Manfaat penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dalam penelitian ini terdiri dari manfaat teoritis dan praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi dan dapat dijadikan sebagai sumber acuan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pelayanan bagi kepuasan konsumen.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai beberapa manfaat antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi pihak perusahaan untuk memperbaiki atau mempertahankan pelayanan sehingga dapat mempengaruhi pasien atau konsumen untuk melakukan berobat ulang.

2. Bagi Peneliti

Peneliti dapat memperdalam pengetahuannya di dalam bidang perilaku konsumen khususnya berkaitan dengan pelayanan dan kepuasan pasien. Selain itu penelitian ini merupakan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang sudah didapat selama menuntut ilmu di perguruan tinggi.

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan penelitian ini dibagi menjadi lima bab yang saling berkaitan antara satu dengan yang lain. Sebelum memasuki bab pertama dapat didahului dengan antara lain yaitu: halaman judul, pernyataan keaslian, halaman persetujuan, halaman pengesahan, persetujuan publikasi, halaman kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi, halaman daftar.

Pada bab pertama atau pendahuluan yang berisi beberapa sub bab yaitu: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

Pada bab kedua atau kajian teoritis dapat memuat uraian tentang teori yang relevan dengan pokok pembahasan, penemuan penelitian terdahulu yang terkait dengan tema pembahasan kerangka berpikir dan hipotesis.

Pada bab ketiga metode penelitian yang dapat memuat secara rinci mengenai metode yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu: jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data, definisi konsep dan variabel penelitian serta analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

Pada bab keempat atau hasil dan pembahasan yang berisi tentang hasil analisis serta pembahasan terkait “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Rumah Sakit Ibu Dan Anak Kota Banda Aceh Tinjauan Melalui Metode *Service Quality*”.

Pada bab kelima atau penutup yang berisi tentang kesimpulan atas pengujian dan saran dari hasil penelitian dan

pembahasan hasil penelitian. Dan bagian akhir skripsi ini berisi daftar pustaka, dan lampiran-lampiran.



BAB II

KAJIAN TEORITIS

2.1 Kepuasan

Menurut Kotler (2015:117) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Pada dasarnya tujuan utama suatu perusahaan adalah bagaimana memuaskan dengan melakukan pelayanan yang baik, terciptanya kepuasan didiri tentunya membawa manfaat yang baik pula untuk perusahaan diantaranya adalah, memberikan kesan pertama yang baik untuk , dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang membawa keuntungan oleh perusahaan

Sedangkan menurut Rangkuti (2013:254) bahwa yang dimaksud dengan kepuasan adalah perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja yang dirasakan. akan merasa puas bila bila keinginan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka menjadi lebih lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi suatu produk tersebut dalam waktu lama. Kepuasan juga dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain kualitas produk, pelayanan aktivitas penjualan, dan nilai-nilai perusahaan.

Menurut Tjiptono (2014:136) kepuasan atau ketidakpuasan adalah respon terhadap evolusi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat

ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan sebagai tujuan utama, antara lain dengan semakin banyaknya badan usaha yang menyatakan komitmen terhadap kepuasan dalam pernyataan misi, iklan.

Harapan yang diciptakan oleh merupakan standar kualitas yang ada. Fungsi produk yang sesungguhnya dirasakan sebenarnya adalah persepsi terhadap kualitas produk tersebut. Persepsi mengenai mutu suatu jasa dan kepuasan menyeluruh petunjuk yang bisa dilihat adalah mungkin tersenyum ketika mereka berbicara mengenai barang atau jasa dan mengatakan hal-hal yang positif terhadap barang atau jasa tersebut. Senyum menandakan merasa puas atas layanan yang telah diberikan.

Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan tentang sikap dan persepsi terhadap barang / jasa dengan meneliti yang terkait dengan barang / jasa. Manifestasi yang terlihat adalah jawaban-jawaban yang diberikan para melalui pengisian kuisioner kepuasan .

2.1.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan

Kepuasan responden tercipta karena beberapa faktor yang mempengaruhinya. Menurut Tjiptono (2014:145) kepuasan dipengaruhi oleh :

1. Mutu produk atau jasa Yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari segi fisiknya.

2. Mutu pelayanan Berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh , tetapi bila pelayanan memenuhi harapan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu.
3. Harga Harga adalah hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan. akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain.
4. Waktu Penyerahan Yang dimaksud adalah bahwa baik pendistribusian maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.
5. Keamanan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan tersebut.

Tjiptono (2014:158) menjelaskan bahwa terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada (customer-oriented) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para nya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis (mudah dijangkau), menyediakan kertas komentar dan menyediakan saluran telepon khusus.

2. Survei kepuasan

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari dan sekaligus juga

memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menyimpan perhatian terhadap . Pengukuran kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai cara.

- a. *Directly reported satisfaction*. Pengukuran dilakukan secara langsung, melalui pernyataan dengan skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.
- b. *Derived satisfaction*. Pernyataan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan terhadap atribut tertentu dan besarnya yang mereka rasakan.
- c. *Problem analysis*. yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan.
- d. *Importance-performance analysis*. Dalam teknik ini, responden diminta untuk merangking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu responden juga diminta merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen / atribut tersebut.

3. *Ghost shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (ghost shopper) untuk berperan atau bersikap sebagai potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu ghost shopper tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

4. *Lost customer analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi ya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah didapatkannya informasi yang dimana informasi tersebut bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam meningkatkan kepuasan.

2.1.2 Indikator Kepuasan

Indikator pembentuk kepuasan menurut Tjiptono (2014:101) terdiri dari: 1) Menanyakan langsung kepada seberapa luas mereka menggunakan produk atau jasa yang diberikan. 2) Tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh dengan yang dirasakan oleh. 3) Kesiediaan untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait. 4) Kesiediaan untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

2.1.3 Manfaat Kepuasan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:57) secara garis besar, kepuasan pelanggan memiliki dua manfaat utama bagi perusahaan, yaitu berupa loyalitas pelanggan dan penyebaran (advertising) dari mulut ke mulut atau yang biasa disebut gethok tular positif. Lebih rinci, manfaat-manfaat spesifik Kepuasan pelanggan bagi perusahaan mencakup:

- 1 Dampak positif pada loyalitas pelanggan; berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, cross – selling, dan up – selling)

- 2 Menekan biaya transaksi pelanggan dimasa depan (terutama biaya-biaya komunikasi, penjualan, dan layanan pelanggan)
- 3 Menekan volatilitas dan risiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan; meningkatkan toleransi harga (terutama kesediaan membayar harga premium dan pelanggan tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok)
- 4 Rekomendasi gethok tular positif; pelanggan lebih cenderung reseptif terhadap product – line extension, brand extension, dan new add – on service yang ditawarkan perusahaan
- 5 Meningkatkan bargaining power relatif perusahaan terhadap jejaring pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi.

2.1.4 Metode Pengukuran Kepuasan

Menurut Tjiptono (2014:219) ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya:

1. Sistem keluhan dan saran.

Organisasi yang berpusat pelanggan memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2. Ghost shopping

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai

pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghot shopper juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

3. Lost customer analysis

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya exit interview saja yang perlu, tetapi pemantauan customer loss rate juga penting, peningkatan customer lossrate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4. Survei kepuasan pelanggan umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

2.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pada dasarnya merupakan kata yang menyandang arti relative karna bersifat abstrak, kualitas dapat digunakan untuk menilai atau menentukan tingkat penyesuaian suatu hal terhadap persyaratan atau spesifikasinya. Bila persyaratan atau spesifikasi itu

terpenuhi berarti kualitas sesuatu hak yang dimaksud dapat dikatakan baik, sebaliknya jika persyaratan tidak terpenuhi maka dapat dikatakan tidak baik. Dengan demikian, untuk menentukan kualitas diperlukan indikator. Karena spesifikasi yang merupakan indikator harus dirancang berarti kualitas secara tidak langsung merupakan hasil rancangan yang tidak tertutup kemungkinan untuk diperbaiki atau ditingkatkan.

Kualitas menurut Tjiptono (2014:132) adalah: 1) Kesesuaian dengan persyaratan/tuntutan, 2) Kecocokan pemakaian, 3) Perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan, 4) Bebas dari kerusakan, 5) Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat, 6) Melakukan secara sesuatu secara benar semenjak awal, 7) Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan. Kata kualitas dalam Sinambela (2011:6) memiliki banyak definisi yang berbeda dan bervariasi mulai dari yang konvensional hingga yang lebih strategis. Definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk, seperti: a) Kinerja (*performance*) b) Keandalan (*reliability*) c) Mudah dalam penggunaan (*ease of use*) d) Estetika (*esthetics*).

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, sekelompok dan/atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Pelayanan yang baik adalah kemampuan seseorang dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang ditentukan.

Menurut Pasolong (2011:128), mengatakan pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. pelayanan adalah segala bentuk kegiatan pelayanan dalam bentuk barang atau jasa dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat. Menurut Surjadi (2012:57), bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah kegiatan atau usaha organisasi atau kelompok dalam memenuhi kebutuhan baik dalam bentuk barang atau jasa dengan tujuan memenuhi kebutuhan masyarakat.

2.2.1 Konsep Pelayanan Publik

Definisi pelayanan publik menurut Kepmen PAN Nomor 25 Tahun 2004 adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan, maupun dalam rangka pelaksanaan penentuan peraturan perundang-undangan. Menurut Pasolong (2011:128) pelayanan publik adalah setiap kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap sejumlah manusia yang memiliki setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.

Menurut Ratminto dan Winarsih (2012:5) pelayanan publik didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya

menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah di Pusat, di Daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Definisi lain menurut Surjadi (2012:7) pelayanan publik adalah upaya negara untuk memenuhi kebutuhan dasar dan hak-hak sipil setiap warga negara atas barang, jasa dan pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Undang-Undang Dasar 1945 mengamanatkan kepada negara untuk memenuhi kebutuhan dasar setiap warga negara demi kesejahteraan, sehingga efektivitas suatu sistem pemerintahan sangat ditentukan oleh baik buruknya penyelenggaraan pelayanan publik. Dalam penyelenggaraan pelayanan publik dilakukan berdasarkan pada asas-asas umum pemerintahan yang baik, meliputi: a) Kepastian hukum. b) Transparan. c) Daya tanggap d) Berkeadilan e) Efektif dan efisien f) Tanggung jawab g) Akuntabilitas h) Tidak menyalahgunakan kewenangan

Pelayanan Publik menurut Dwiyanto (2012:138) dikatakan sebagai kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan bervariasi sesuai dengan keragaman masyarakat yang ada. Birokrasi pemerintah dituntut untuk mampu menyelenggarakan pelayanan yang beranekaragam karena kebutuhan masyarakatnya juga beragam.

Berdasarkan pemaparan definisi diatas, peneliti menyimpulkan pelayanan publik sebagai sekelompok organisasi yang melaksanakan pelayanan publik baik dalam bentuk pelayanan

maupun jasa publik dalam memenuhi kebutuhan warga negara atau masyarakat.

2.2.2 Prinsip-prinsip Pelayanan Publik

Prinsip-prinsip penyelenggaraan pelayanan publik menurut Surjadi (2012:12) meliputi:

1. Kepastian hukum dimaksudkan adanya peraturan perundang-undangan yang menjamin terselenggaranya pelayanan publik sesuai dengan kebutuhan dan rasa keadilan masyarakat.
2. Keterbukaan dimaksudkan bahwa setiap penerima pelayanan dapat dengan mudah mengakses dan memperoleh informasi mengenai pelayanan yang diinginkan
3. Partisipatif dimaksudkan untuk mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memerhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.
4. Akuntabilitas dimaksudkan bahwa proses penyelenggaraan pelayanan publik harus dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
5. Kepentingan umum dimaksudkan bahwa dalam pemberian pelayanan publik tidak boleh mengutamakan kepentingan pribadi dan/atau golongan.
6. Profesionalisme dimaksudkan bahwa aparat penyelenggaraan pelayanan harus memiliki kompetensi yang sesuai dengan bidang tugasnya.

7. Kesamaan hak dimaksudkan bahwa dalam pemberian pelayanan publik tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan suku, ras, agama, golongan, gender dan status ekonomi.
8. Keseimbangan hak dan kewajiban dimaksudkan bahwa dalam pemenuhan hak harus sebanding dengan kewajiban yang harus dilaksanakan baik oleh pemberi maupun penerima pelayanan.

Untuk mewujudkan asas-asas umum pemerintahan yang baik serta prinsip-prinsip pelayanan publik diperlukan upaya pengembangan kelembagaan birokrasi pemerintah, SDM Aparatur maupun kualitas proses penyelenggaraan pelayanan publik.

2.2.3 Standar Pelayanan Publik

Setiap penyelenggaraan pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan dan dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan. Standar pelayanan merupakan ukuran yang dibakukan dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang wajib ditaati oleh pemberi dan atau penerima pelayanan. Menurut Keputusan MENPAN Nomr 63 Tahun 2004, standar pelayanan sekurang-kurangnya meliputi:

1. Prosedur Pelayanan

Prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan

2. Waktu penyelesaian

Waktu penyelesaian yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan termasuk pengaduan

3. Biaya Pelayanan

Biaya/tarif pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan

4. Produk Pelayanan

Hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan

5. Sarana dan Prasarana

Penyediaan sarana prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik

6. Kompetensi Petugas

Pemberi Pelayanan Harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap dan perilaku yang dibutuhkan.

2.2.4 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Subagyo (2010:26) terdapat lima dimensi pelayanan beserta indikatornya yang biasa dikenal dengan rater, kelima elemen kunci itu adalah sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*Tangible*) Yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Indikatornya mencakup:
 - a. Peralatan dan fasilitas yang lengkap dan nyaman
 - b. Gedung/kantor yang memadai dan nyaman
 - c. Profil petugas yang ramah dan rapih.

2. Reliabilitas (*reliability*) Yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, kehandalan, Memuaskan. Dan indikatornya mencakup:
 - a. Ketepatan pelaksanaan layanan
 - b. Kesesuai pelaksanaan dengan prosedur
 - c. Konsisten tidak pilih kasih
3. Daya tanggap (*Responsiveness*) Yaitu keinginan para staf untuk membantu para nasabah/pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*Assurance*) Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf/karyawan (bebas dari bahaya resiko dan keraguan), indikatornya mencakup:
 - a. Kemampuan petugas
 - b. Keramahan petugas
 - c. Kepercayaan pelanggan
 - d. Keamanan pelanggan
5. Empati (*Emphaty*) Yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Indikatornya mencakup:
 - a. Kemudahan dalam memperoleh layanan
 - b. Kejelasan informasi
 - c. Pemahaman pelanggan

2.2.5 Karakteristik Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2014: 251) mengemukakan bahwa jasa memiliki empat karakteristik utama yaitu:

1. Tidak berwujud (*Intangibility*) Jasa adalah tidak nyata, tidak sama dengan produk fisik (barang). Jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, dibaui, atau didengar sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli jasa akan mencari tanda atau bukti dari kualitas jasa, yakni dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, simbol, dan harga yang mereka lihat. Karena itu, tugas penyedia jasa adalah mengelola bukti itu mewujudkan yang tidak berwujud.
2. Tidak terpisahkan (*Inseparability*) Pada umumnya jasa yang diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan, untuk selanjutnya apabila dikehendaki oleh seorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.
3. Bervariasi (*Variability*) Jasa sangat bervariasi karena tergantung pada siapa, kapan dan di mana jasa tersebut disediakan.
4. Mudah lenyap (*Perishability*) Jasa tidak dapat disimpan. Daya tahan suatu jasa tidak akan menjadi masalah bila permintaan selalu ada dan pasti, karena menghasilkan jasa di muka adalah mudah. Bila permintaan berubah-ubah naik dan turun, maka masalah yang sulit akan segera muncul.

2.2.6 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014:189), terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam meningkatkan kualitas layanan:

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas layanan

Setiap penyedia layanan diwajibkan untuk menyampaikan layanan berkualitas terbaik kepada konsumen. Beberapa faktor yang menjadi penilaian konsumen seperti keamanan transaksi (pembayaran menggunakan kartu kredit atau debit), keamanan, ketepatan waktu, dan lain-lain. Upaya ini dilakukan untuk membangun pandangan konsumen terhadap kualitas layanan yang telah diterima. Apabila terjadi kekurangan dalam beberapa faktor tersebut, perlu diperhatikan dan ditingkatkan. Sehingga akan terjadi penilaian yang lebih baik di mata pelanggan.

2. Mengelola ekspektasi pelanggan

Banyak perusahaan yang berusaha menarik perhatian pelanggan dengan berbagai cara sebagai salah satunya adalah melebih-lebihkan janji sehingga itu menjadi ‘bumerang’ untuk perusahaan apabila tidak dapat memenuhi apa yang telah dijanjikan. Karena semakin banyak janji yang diberikan, semakin besar pula ekspektasi pelanggan. Ada baiknya untuk lebih bijak dalam memberikan ‘janji’ kepada pelanggan.

3. Mengelola bukti kualitas layanan

Pengelolaan ini bertujuan untuk memperkuat penilaian pelanggan selama dan sesudah layanan disampaikan. Berbeda dengan produk yang bersifat *Tangible*, sedangkan layanan merupakan kinerja, maka pelanggan cenderung memperhatikan

“seperti apa layanan yang akan diberikan” dan “seperti apa layanan yang telah diterima”. Sehingga dapat menciptakan persepsi tertentu terhadap penyedia layanan di mata konsumen.

4. Mendidik konsumen tentang layanan

Upaya mendidik layanan kepada konsumen bertujuan untuk mewujudkan proses penyampaian dan pengkonsumsian layanan secara efektif dan efisien. Pelanggan akan dapat mengambil keputusan pembelian secara lebih baik dan memahami perannya dalam proses penyampaian layanan. Sebagai contoh :

- a) Penyedia layanan memberikan informasi kepada konsumen dalam melakukan sendiri layanan tertentu. Seperti mengisi formulir pendaftaran, menggunakan fasilitas teknologi (ATM, Internet banking, dan sebagainya), mengisi bensin sendiri (self-service), dan lain-lain.
- b) Penyedia layanan membantu konsumen dalam pemberitahuan kapan menggunakan suatu layanan secara lebih mudah dan murah, yaitu sebisa mungkin untuk menghindari periode waktu sibuk dan memanfaatkan periode di mana layanan tidak terlalu sibuk.
- c) Penyedia layanan menginformasikan konsumen mengenai prosedur atau cara penggunaan layanan melalui iklan, brosur, atau staff secara langsung mendampingi konsumen saat penggunaan layanan.
- d) Penyedia layanan meningkatkan kualitas layanan dengan cara penjelasan kepada konsumen tentang beberapa hal kebijakan yang mungkin akan mengecewakan konsumen, misalkan kenaikan harga.

5. Menumbuhkan budaya kualitas

Budaya kualitas dapat dikembangkan dalam sebuah perusahaan dengan diadakannya komitmen menyeluruh dari semua anggota organisasi dari yang teratas hingga terendah. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur, dan harapan yang berkenaan dalam peningkatan kualitas. Beberapa faktor yang dapat menghambat namun dapat pula memperlancar pengembangan kualitas layanan, yaitu: a) Sumber daya manusia, sebagai contoh dalam hal penyeleksian karyawan, pelatihan karyawan, deskripsi job desk, dan sebagainya. b) Organisasi/ struktur, meliputi intergrasi atau koordinasi antar fungsi dan struktur pelaporan. c) Pengukuran (measurement), yaitu melakukan evaluasi kinerja dan keluhan serta kepuasan konsumen. d) Pendukung sistem, yaitu faktor teknologi seperti komputer, sistem, database, dan teknis. e) Layanan, meliputi pengelolaan keluhan konsumen, alat-alat manajemen, alat-alat promosi/ penjualan. f) Komunikasi internal, terdiri dari prosedur dan kebijakan dalam operasional. g) Komunikasi eksternal, yakni edukasi pelanggan, manajemen ekspektasi pelanggan, dan pembentukan citra positif perusahaan.

6. Menciptakan automating quality

Otomatisasi berpotensi mengatasi masalah dalam hal kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan. Namun dibutuhkan perhatian dalam aspek-aspek sentuhan manusia (high touch) dan elemen-elemen yang memerlukan

otomatisasi (high tech). Keseimbangan antara kedua hal tersebut sangat dibutuhkan untuk menghasilkan kesuksesan penyampaian layanan secara efektif dan efisien. Contoh, internet banking, phone banking, dan sejenisnya.

7. Menindaklanjuti layanan

Penindaklanjutan layanan diperlukan untuk memperbaiki aspek-aspek layanan yang kurang memuaskan dan mempertahankan yang sudah baik. Dalam rangka ini, perusahaan perlu melakukan survey terhadap sebagian atau seluruh konsumen mengenai layanan yang telah diterima. Sehingga perusahaan dapat mengetahui tingkat kualitas layanan perusahaan di mata konsumen.

8. Mengembangkan sistem informasi kualitas layanan

Service quality information system adalah sistem yang digunakan oleh perusahaan dengan cara melakukan riset data. Data dapat berupa hasil dari masa lalu, kuantitatif dan kualitatif, internal dan eksternal, serta informasi mengenai perusahaan, pelanggan, dan pesaing. Bertujuan untuk memahami suara konsumen (consumer's voice) mengenai ekspektasi dan persepsi konsumen terhadap layanan yang diberikan perusahaan. Sehingga perusahaan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan berdasarkan sudut pandang konsumen..

2.3 Jasa

Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan kasat mata dan satu pihak kepada pihak lain. Pengertian tersebut merupakan pengertian umum dari jasa. Pengertian luas dari jasa yaitu kegiatan yang dapat diidentifikasi, dengan sifat tidak dapat diraba, yang direncanakan sebagai pemenuhan kepuasan .

Definisi jasa menurut Kotler dan Keller (2016:277) adalah sebagai berikut: “jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan apapun. Sedangkan jasa menurut Lupiyoadi (2013:5) adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan kesenangan, kesehatan atau pemecahan akan masalah yang dihadapi .

Berdasarkan beberapa definisi mengenai jasa di atas maka dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan proses aktivitas yang diberikan kepada yang tidak berwujud tetapi dapat dirasakan secara langsung dan pada waktu yang bersamaan. Dan memiliki nilai bagi karena dapat memenuhi kebutuhannya.

2.3.1 Klasifikasi Jasa

Pada hakikatnya klasifikasi jasa terdapat berbagai macam tingkatan kombinasi antara barang fisik dan jasa *Tangible*. Penawaran jasa dibedakan menjadi lima kategori menurut Tjiptono (2015:10) yaitu sebagai berikut:

1. Segmen Pasar

Dapat dibedakan menjadi : jasa yang ditunjukkan pada akhir (misalnya : taksi, asuransi jiwa, katering, jasa tabungan dan pendidikan) dan jasa bagi organisasional (misalnya:biro periklanan, jasa akuntansi dan perpajakan, dan jasa konsultasi manajemen). Perbedaan utama antara kedua segmen bersangkutan terletak pada alasan dan kriteria spesifik dalam memilih jasa dan penyedia jasa, kuantitas jasa yang dibutuhkan, dan kompleksitas pengerjaan jasa yang diperlukan.

2. Tingkat Keberwujudan (*Tangibility*)

Ada 3 (tiga) macam jasa berdasarkan kriteria ini, yaitu:

- a)*Rented Goods Services*, yakni menyewa dan menggunakan produk-produk tertentu berdasarkan tarif tertentu selama jangka waktu tertentu pula. hanya dapat menggunakan produk tersebut, karena kepemilikannya tetap berada pada pihak perusahaan yang menyewakannya, misalnya penyewaan mobil, kaset vidio, villa dan apartemen.
- b)*Owned Goods Services*, produk yang dimiliki oleh direparasi, dikembangkan atau ditingkatkan untuk kerjanya, atau dipelihara oleh perusahaan jasa.
- c)*Non Goods Services*, karakteristik khusus pada jenis ini adalah jasa personal bersifat *intangible* (tidak berbentuk produk fisik) ditawarkan kepada para .

3. Keterampilan Penyedia Jasa

Berdasarkan klasifikasi ini jasa dibagi menjadi dua tipe pokok jasa yaitu : *professional services* (seperti konsultan

manajemen, konsultan hukum dan konsultan pajak) serta non profesional services (seperti sopir taksi).

4. Tujuan organisasi jasa

Berdasarkan klasifikasi ini jasa dibagi menjadi dua yaitu commercial service atau profit services (seperti bank dan penerbangan) serta non profesional services (seperti sekolah, yayasan, panti asuhan dan museum).

5. Regulasi

Dalam klasifikasi ini, jasa dibedakan menjadi *regulated services* (seperti pialang, angkutan umum, dan perbankan) dan *non-regulated services* (seperti katering dan pengecatan rumah).

6. Tingkat intensitas karyawan

Berdasarkan tingkatan ini, klasifikasi jasa dibedakan menjadi dua macam yaitu : *equipment based services* (seperti cuci mobil otomatis, jasa sambungan telepon interlokal dan internasional, internet banking dan ATM) serta *people based services* (seperti satpam, konsultan manajemen dan dokter anak).

7. Tingkat Kontak Penyedia Jasa

Pada klasifikasi ini jasa dibedakan menjadi : *high contact services* (seperti bank, dokter) dan *low contact services* (misalnya jasa PLN, jasa telekomunikasi, dan jasa layanan pos).

2.3.2 Karakteristik Jasa

Karakteristik jasa merupakan sifat dari jasa yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain yang berfungsi untuk membedakan produk barang. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:223), terdapat empat point karakteristik jasa, yaitu :

1. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud, jasa tidak dapat dilihat, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa tersebut telah diterima.

2. Bervariasi (*Variability*)

Jasa bersifat non standart dan sangat variable. Berbeda dengan kualitas produk fisik yang sudah terstandart, pada kualitas pelayanan jasa tergantung pada yang menyediakan, kapan, dimana dan bagaimana jasa tersebut diberikan karena itulah jasa disebut bervariasi.

3. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan dengan partisipasi di dalamnya.

4. Tidak dapat disimpan (*Perishability*)

Jasa tidak mungkin disimpan dalam bentuk persediaan. Nilai jasa hanya ada pada saat jasa diproduksi dan langsung diterima oleh penerimanya. Karakteristik ini berbeda dengan barang berwujud yang dapat diproduksi terlebih dahulu, disimpan, dan digunakan lain waktu.

2.4 Model Service Quality (Servqual)

Endy, et.al (2012:52) kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Menurut Yuniar,et.al (2014: 100) Model kualitas jasa yang paling populer dan banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah metode Servqual (*Service Quality*). Model kualitas jasa servqual ini melakukan penelitian berdasarkan *customer perceived quality*. Metode Servqual mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan atas layanan yang pelanggan terima.

Dalam model *servqual*, kualitas jasa merupakan penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu jasa. Definisi ini didasarkan pada tiga landasan konseptual utama, yaitu: Kualitas jasa lebih sukar dievaluasi konsumen dibandingkan kualitas barang.

1. Persepsi terhadap kualitas jasa adalah hasil perbandingan antara harapan dengan kinerja aktual jasa
2. Evaluasi kualitas tidak hanya dilakukan atas hasil jasa, namun juga mencakup evaluasi terhadap proses penyampaian jasa.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya bertujuan untuk melihat apa saja yang menjadi kesamaan dan perbedaan antara peneliti dengan penelitian sebelumnya.

Tabel 2.1
Matrik Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Metode	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Dewi (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna BPJS	Variabel bebas Kualitas Layanan Variabel terikat Kepuasan Pelanggan	Analisis Reresi Linier Berganda	Variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan	Lokasi, Objek Penelitian, Populasi, dan Sampel	Hasil dari penelitian ini bahwa kualitas layanan (X) yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan
2	Jaya dan Syafurudin (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Rawat Inap Uni Gedung A-RSCM Jakarta	Variabel bebas Kualitas Layanan Variabel terikat Kepuasan Pelanggan	Analisis Reresi Linier Berganda	Variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan	Lokasi, Objek Penelitian, Populasi, dan Sampel	Hasil dari penelitian ini bahwa kualitas layanan (X) yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
3	Yulianti (2016)	Pengaruh Kualitas	Variabel bebas	Analisis Reresi	Variabel Kualitas	Lokasi, Objek	Hasil dari penelitian

No	Peneliti	Judul	Variabel	Metode	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
		Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung	Kualitas Layanan Variabel terikat Kepuasan Pelanggan	Linier Berganda	Layanan dan Kepuasan Pelanggan	Penelitian, Populasi, dan Sampel	ini bahwa kualitas layanan (X) yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
4	Wijayanto (2015)	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah	Variabel bebas Kualitas Layanan Variabel terikat Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas	Analisis Regresi Linier Berganda	Variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan	Variabel Loyalitas, Lokasi, Objek Penelitian, Populasi, dan Sampel	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik dan ketanggapan masing-masing berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan untuk variabel jaminan, keandalan, dan perhatian masing-masing tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

No	Peneliti	Judul	Variabel	Metode	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
5	Dimas (2014)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal	Variabel bebas Kualitas Layanan Variabel terikat Kepuasan Pelanggan	Analisis Reresi Linier Berganda	Variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan	Lokasi, Objek Penelitian, Populasi, dan Sampel	Hasil dari penelitian ini bahwa kualitas layanan yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Pada tabel 2.1 berdasarkan dari penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan memang berperan penting atau berpengaruh positif terhadap kepuasan. Perusahaan sebisa mungkin menonjolkan kualitas pelayanan secara baik agar mendapatkan apa yang diharapkan oleh konsumen.

2.6 Kerangka Pemikiran

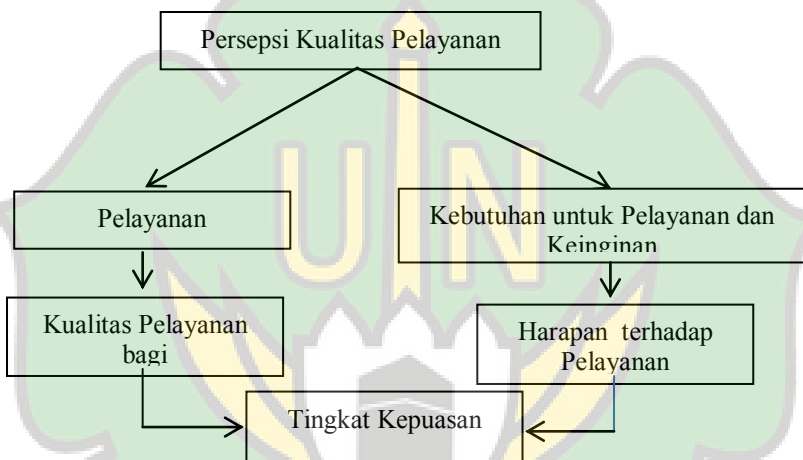
Kerangka pemikiran adalah seluruh kegiatan penelitian, sejak dan perencanaan, pelaksanaan sampai dengan penyelesaian dalam satu kesatuan yang utuh. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut:

Pada tabel 2.1 berdasarkan dari penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan memang berperan penting atau berpengaruh positif terhadap kepuasan. Perusahaan sebisa mungkin menonjolkan kualitas pelayanan secara baik agar mendapatkan apa yang diharapkan oleh konsumen.

2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah seluruh kegiatan penelitian, sejak dan perencanaan, pelaksanaan sampai dengan penyelesaian dalam satu kesatuan yang utuh. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Kepuasan telah menjadi bagian integral dalam misi dan tujuan sebagian besar badan usaha untuk mampu menghadapi persaingan yang ketat. Kepuasan terhadap suatu jasa layanan ditentukan oleh tingkat kepentingan dibandingkan dengan hasil persepsi tersebut. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi pelayanan, yaitu dimensi berwujud, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan model *Service Quality (Servqual)*. Model *Servqual* dibangun berdasarkan asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja atribut jasa dengan standar ideal untuk masing-masing atribut tertentu. Model ini menganalisis gap antara dua variabel pokok, yakni jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan.

3.2 Lokasi dan Subjek Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Rumah Sakit Ibu dan Anak Banda Aceh. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah orang yang merespon pertanyaan-pernyataan peneliti baik secara lisan maupun tulisan dengan kata lain disebut responden. Untuk memperoleh data penulis menentukan orang-orang yang mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan penelitian sebagai informasi.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah sumber data yang langsung diperoleh oleh penelitian pada saat melakukan penelitian, dalam hal ini data diperoleh dengan cara membagi kuesioner kepada pasien Rumah Sakit Ibu dan Anak Banda Aceh.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik angket. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, yaitu dalam bentuk isian atau simbol atau tanda. Kuesioner ini dibagikan kepada responden pasien Rumah Sakit Ibu dan Anak Banda Aceh.

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan dari objek yang diteliti. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pasien rawat inap dengan jumlah 8217 orang di rumah Sakit Ibu dan Anak.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik penarikan sampel menggunakan *random sampling*. Penentuan besarnya sampel menggunakan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan

n = besaran sampel

N = besaran populasi

Ne^2 = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel (5%)

Dengan menggunakan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{8217}{1 + (8217)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{8217}{1 + (8217)(0,01)}$$

$$n = \frac{8217}{1 + 82,17}$$

$$n = \frac{8217}{83,17}$$

$$n = 98,79 = 99 \text{ (100 dibulatkan)}$$

Oleh karena penelitian dilakukan di RSIA, seluruh pasien adalah wanita. Sementara pasien laki-laki yang diterima adalah usia kurang dari 15 tahun. Usia ini dianggap belum mampu menjadi penilai yang baik terhadap kualitas pelayanan di RSIA sehingga menjadi alasan peneliti untuk menjadikan sampel hanya dari responden wanita.

3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur nilai variabel adalah dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian,

fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2014:136). Selanjutnya, jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata.

Skala 1 sampai 5 untuk memudahkan responden dalam menjawab pernyataan yang diajukan. Dimana, tiap-tiap pernyataan/pernyataan akan dijawab responden berdasarkan skala *likert* tersebut. Dalam penelitian ini, tiap-tiap pernyataan akan dijawab oleh responden berdasarkan skala *likert* tersebut. Indikator pernyataan mencakup variabel bebas yaitu *Reliability*, *Asurance*, *Tangible*, *Emphaty*, dan *Responsiveness*.

Urutan skala pengukuran ini dimulai dari (sangat setuju)-(sangat tidak setuju) untuk semua variabel. Di mana kriteria yang digunakan yakni:

Tabel 3.1
Skala Pengukuran Responden (Skala *Likert*1-5)

No	Jawaban	Kode
1	Sangat Setuju	SS
2	Setuju	S
3	Kurang Setuju	KS
4	Tidak Setuju	TS
5	Sangat Tidak Setuju	STS

Sumber: Sugiyono (2014:132)

Dari pernyataan yang diajukan menghasilkan skor rata-rata (*mean*) untuk masing-masing variabel dan dapat diinterpretasikan berdasarkan panjang kelas (Sudjana, 2005:47). Interpretasi nilai

rata-rata tanggapan responden dapat dilihat dalam Tabel 4.2 berikut:

Tabel 3.2
Interpretasi Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden

Nilai	Keterangan
1,00 - 1,79	Sangat Tidak Baik
1,80 - 2,59	Tidak Baik
2,60 – 3,39	Kurang Baik
3,40 – 4,19	Baik
4,20 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: Sudjana (2005:47)

3.7 Definisi Operasional

Berdasarkan hasil identifikasi variabel di atas, selanjutnya dapat diuraikan definisi operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala	Item
1	Bentuk Fisik / <i>Tangible</i> (X_1)	Kenyataan secara fisik yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. (Subagyo, 2010)	a. Peralatan dan fasilitas yang lengkap Pelayanan b. Gedung yang memadai c. Profil petugas yang ramah dan rapi	Likert	1-3
2	Keandalan/ <i>reliability</i> (X_2)	Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, kehandalan, dan memuaskan (Subagyo, 2010)	a. Ketepatan pelaksanaan layanan b. Kesesuaian pelaksanaan dengan prosedur c. Konsisten tidak pilih kasih	Likert	4-6
3	Daya Tanggap/ <i>Responsivene ss</i> (X_3)	Keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan	a. Siap dan tanggap menangani permintaan dari	Likert	7-9

		memberikan pelayanan dengan tanggap. (Subagyo, 2010)	pelanggan b. Respon karyawan terhadap saran pelanggan c. Memberikan layanan yang cepat		
4	Jaminan/ <i>assurance</i> (X_4)	Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf/karyawan (bebas dari bahaya resiko dan keraguan) (Subagyo, 2010)	a.Kemampuan petugas b. Keramahan petugas c.Kepercayaan petugas d. Keamanan pelanggan	Likert	10-13
5	Empati/ <i>empathy</i> (X_5)	Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. (Subagyo, 2010)	a.Kemudahan memperoleh layanan b.Kejelasan informasi c. Pemahaman pelanggan	Likert	14-16

3.8 Pengujian Kualitas Instrumen

Suatu skala pengukuran disebut valid apabila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid, maka ia tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur apa yang seharusnya dilakukan (Kuncoro, 2013:151). Dalam penelitian ini, penentuan validitas dapat dilakukan dengan mencari nilai korelasi skor masing-masing item dengan skor total item untuk setiap variabel. Kemudian nilai r hitung yang diperoleh dari korelasi

tersebut dibandingkan dengan nilai r tabel pada tingkat keyakinan 95 persen. Sugiyono (2014: 36) menyatakan, apabila nilai r hitung $> r$ tabel item pernyataan tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya apabila nilai r hitung $< r$ tabel maka item pernyataan tersebut tidak valid.

Reliabilitas artinya adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya, disebut sebagai *reliabel*. Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Dalam penelitian ini, tolok ukur reliabilitas suatu kuesioner adalah nilai *alfa cronbach* yang diperoleh melalui perhitungan statistik. Malhotra (2015:235) menyatakan nilai *alfa cronbach* minimum yang dapat diterima adalah 0,60. Hal ini berarti suatu kuesioner dinyatakan handal apabila nilai *alfa cronbach* yang diperoleh berada di atas 0,60.

3.9 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan model *Service Quality* (servqual). Model Servqual dibangun berdasarkan asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja atribut jasa dengan standar ideal/sempurna untuk masing-masing atribut tersebut. Penelitian ini digunakan metode survey yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk menjelaskan dan mewakili seluruh populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan informasi. (Sugiyono, 2014:13).

Untuk menganalisis kepuasan konsumen mengenai pelayanan maka digunakan analisis Expected-Service-Perceived-service. Berdasarkan hasil penelitian persepsi dan penilaian harapan konsumen maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan pasien. Tingkat kesesuaian ini akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Terdapat dua variabel yaitu X dan Y. Variabel X merupakan kualitas pelayanan dan Y merupakan kepuasan pasien. Rumus yang digunakan adalah:

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan:

T_{ki} = tingkat kesesuaian responden

X_i = skor penilaian pelayanan rumah sakit

Y_i = skor kepuasan pasien

3.10 Perhitungan Nilai Servqual

Penilaian kualitas jasa menggunakan model servqual mencakup perhitungan perbedaan di antara nilai yang diberikan para pasien untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan harapan dan persepsi. Skor servqual untuk setiap pasang pernyataan, bagi masing-masing pasien dapat dihitung berdasarkan rumus berikut.

$$\text{Skor Servqual} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$$

Kualitas jasa suatu perusahaan pada kelima dimensi tersebut dapat dihitung untuk rata-rata skor servqual mereka pada

pernyataan pernyataan yang mencerminkan setiap dimensi kualitas jasa (Tjiptono, 2014:284).

3.10 *Importance Performance Analysis (IPA)*

Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan menghasilkan suatu diagram kartesius yang menunjukkan letak unsur-unsur yang dianggap mempengaruhi kepuasan. Menurut J Supranto (1997), sumbu mendatar (X) dalam diagram kartesius memuat nilai rata-rata skor kepuasan, sedangkan sumbu tegak (Y) memuat nilai rata-rata skor kepentingan yang dirumuskan sebagai berikut

$$X_i = \frac{\sum X_i}{n} \text{ dan } Y_i = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan:

X_i = rata-rata skor tingkat kepuasan

Y_i = rata-rata skor tingkat kepentingan

$\sum X_i$ = total skor untuk tingkat kepuasan

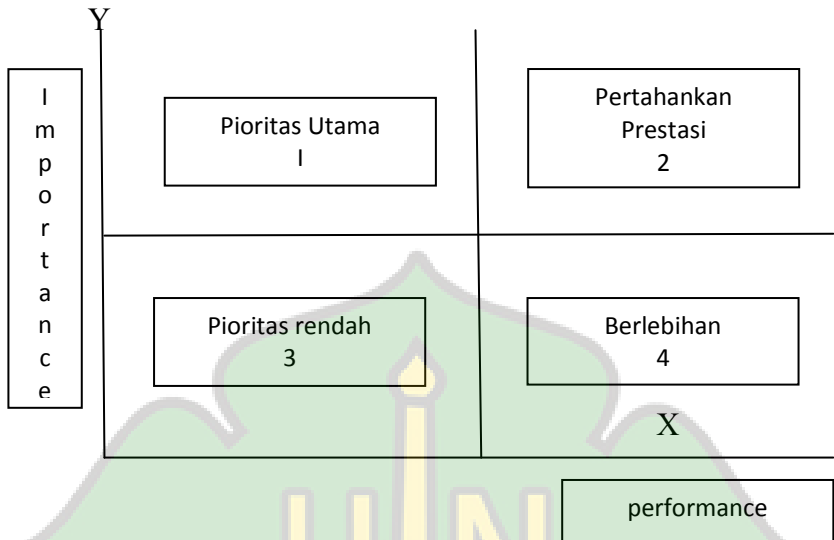
$\sum Y_i$ = total skor untuk tingkat kepentingan

Diagram kartesius digunakan untuk mengetahui indikator jasa pelayanan yang memuaskan konsumen, maka rumus selanjutnya adalah:

$$X_i = \frac{\sum_1^n = 1X_i}{k} \text{ dan } Y_i = \frac{\sum_1^n = 1Y_i}{k}$$

Keterangan:

k = banyak nya item yang mempengaruhi kepuasan konsumen



Keterangan:

1. Kuadran 1 menunjukkan item-item yang dianggap penting, namun pihak Rumah Sakit belum melaksanakan sesuai keinginan atau harapan pasien.
2. Kuadran 2 menunjukkan item-item yang dianggap penting telah berhasil dilaksanakan sesuai dengan keinginan atau harapan pasien dan sangat memuaskan sehingga wajib dipertahankan
3. Kuadran 3 menunjukkan item-item yang dianggap kurang penting oleh pasien, pelaksanaannya dijalankan secara cukup atau biasa-biasa saja
4. Kuadran 4 menunjukkan item-item yang kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Rumah Sakit Ibu dan Anak Banda Aceh. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pasien rawat inap dengan jumlah 8217 orang di rumah Sakit Ibu dan Anak. Pemilik dari Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) merupakan pemilik dari Pemerintah Aceh, yang memiliki tipe B khusus status Akreditasi dan memiliki lima pelayanan dengan memiliki kapasitas tempat tidur mencapai 101 tempat. Rumah Sakit Ibu dan Anak, memiliki luas tanah mencapai 8.001 m dan memiliki luas bangunan mencapai 7.584 m. Lokasi Rumah Sakit Ibu dan Anak terletak di Jl. Prof. A. Madjid Ibrahim 1 No. 3 Banda Aceh, Kelurahan Punge Jurong, Kecamatan Meuraxa, Kota Banda Aceh.

4.2 Karakteristik Responden

Populasi yang dimaksudkan adalah Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pasien rawat inap. Sampel yang digunakan adalah 100 pasien rawat inap yang semuanya berjenis kelamin wanita. Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai identitas responden berdasarkan Usia, Pendidikan, Jenis Kelamin, Status, dan Pendapatan. Gambaran umum objek penelitian tersebut satu persatu dapat diuraikan sebagai berikut.

4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada penelitian ini, 100 orang yang dipilih sebagai responden adalah berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan

perempuan. Adapun persebaran responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.1
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jawaban Responden	
		Frekuensi	Persen
1.	Laki-laki	0	0.0
2.	Perempuan	100	100,0
Total		100	100,0

Sumber : Data primer, tahun 2020 (diolah)

Berdasarkan tabel 4.1 yang ditunjukkan di atas dapat dilihat bahwa responden dengan jumlah persentasenya paling besar adalah perempuan yaitu sebesar 100% sedangkan laki-laki dengan persentase sebesar 0%.

4.2.2 Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan usia dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Identitas Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jawaban Responden	
		Frekuensi	Persen
1.	<20 Tahun	0	0,0
2.	20 – 29 Tahun	46	46,0
3.	30 – 39 Tahun	21	21,0
4.	40 – 49 Tahun	33	33,0
Total		100	100,0

Sumber : Data primer, tahun 2020 (diolah)

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa dari penelitian terhadap 100 responden menunjukkan bahwa penggolongan berdasarkan usia yang paling banyak adalah 20-29

tahun sebesar 46%, usia 30-39 tahun sebesar 21%, dan usia 40-49 tahun sebesar 33%.

4.2.3 Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Pada penelitian ini, 100 orang yang dipilih sebagai responden adalah berdasarkan status perkawinan. Adapun persebaran responden berdasarkan status perkawinan ditunjukkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.3
Identitas Responden Berdasarkan Status Perkawinan

No.	Pekerjaan	Jawaban Responden	
		Frekuensi	Persen
1.	Belum Menikah	29	29,0
2.	Menikah	71	71,0
Total		100	100,0

Sumber : Data primer, tahun 2020 (diolah)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden sebagian besar sudah menikah yaitu sebesar 71%, dan sisanya 29% belum menikah.

4.2.4 Responden Berdasarkan Pendidikan

Dari penelitian 100 orang responden dengan klasifikasi berdasarkan pendidikan dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.4
Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Pendidikan	Jawaban Responden	
		Frekuensi	Persen
1.	SMA	47	47,0
2.	Diploma 3	25	25,0
3.	Sarjana	24	24,0
4.	Pascasarjana	2	2,0
Total		100	100,0

Sumber : Data primer, tahun 2020 (diolah)

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden yang berpendidikan SMA sebanyak 47 responden atau sebesar 47%., pendidikan Diploma 3 sebanyak 25 responden atau 25%, responden Sarjana sebanyak 24 responden atau 24%, dan responden Pascasarjana sebanyak 2 orang atau 2%.

4.2.5 Responden Berdasarkan Pendapatan

Pada penelitian ini, 100 orang yang dipilih sebagai responden adalah berdasarkan Pendapatan. Adapun persebaran responden berdasarkan pendapatan ditunjukkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.5
Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pekerjaan	Jawaban Responden	
		Frekuensi	Persen
1.	< 1 Juta	33	33,0
2.	1 - 3 Juta	23	23,0
3.	3 - 5 Juta	28	28,0
4.	5 – 7 Juta	1	11,0
5.	> 7 Juta	5	5,0
Total		100	100,0

Sumber : Data primer, tahun 2020 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden sebagian besar berpenghasilan kurang dari 1 juta yaitu sebesar 33%, dan terendah adalah lebih dari 7 juta yaitu sebesar 5%.

4.3 Hasil Analisis Data

Pada bagian ini akan membahas hasil penelitian, dan membahas langkah-langkah pengolahan data metode *service quality* (Servqual). Variabel penelitian diperoleh berdasarkan pelayanan yang diberikan pada Rumah Sakit Ibu dan Anak dan

kemudian dikelompokkan berdasarkan lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*.

Kuesioner di sebarakan kepada 100 responden dianalisis untuk melihat jumlah (frekuensi) atas jawaban yang diberikan. Dari pernyataan yang diajukan menghasilkan skor rata-rata (*mean*) untuk masing-masing variabel dan dapat diinterpretasikan berdasarkan panjang kelas (Sudjana, 2005:47). Interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden dapat dilihat dalam Tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6
Interpretasi Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden

Nilai	Keterangan
1,00 - 1,79	Sangat Tidak Baik
1,80 - 2,59	Tidak Baik
2,60 – 3,39	Kurang Baik
3,40 – 4,19	Baik
4,20 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: Sudjana (2005:47)

Berikut ini adalah kriteria penilaian frekuensi persepsi dan harapan:

1. Persepsi Responden terhadap *Tangible*

Persepsi responden terhadap variabel *Tangible* merupakan jawaban dari semua reponden yang dijawab dalam kuesioner. Persepsi responden untuk variabel *Tangible* dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Table 4.7
Jawaban Responden terhadap *Tangible*

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Rata-rata
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Ruang perawatan harus bersih, rapih, nyaman, dan tenang	8	54	38	0	0	3.70
2.	Ruang apotek harus rapi dan bersih	30	70	0	0	0	4.30
3.	Kelengkapan peralatan dan kebersihan alat-alat yang dipakai petugas	28	41	31	0	0	3.97
4.	Penampilan petugas harus rapih	47	53	0	0	0	4.47
5.	Bangunan rumah sakit luas, lokasi strategis, dan tempat parkir memadai	10	59	31	0	0	3.79
6.	Pelayanan informasi yang jelas, mudah dimengerti dan memberikan solusi	55	14	31	0	0	4.24
7.	Kelengkapan dan kejelasan rambu-rambu penunjuk arah ke ruang pemeriksaan dan pelayanan	17	70	13	0	0	4.04
8.	Kejelasan informasi tentang hak dan kewajiban pasien di ruang rawat inap	2	55	43	0	0	3.59
9.	Dokter yang lengkap dan terampil	22	47	31	0	0	3.91
10.	Kebersih kamar mandi	19	44	37	0	0	3.82
Rerata							3.98

Sumber: Data Primer (diolah), 2020

Berdasarkan Tabel 4.7 terlihat bahwa rata-rata nilai *Tangible* sebesar 3,98 yang menunjukkan bahwa *Tangible* pada Rumah Sakit Ibu dan Anak sudah baik. Nilai terendah terdapat pada item pertanyaan nomor 6 yaitu “kejelasan informasi tentang hak dan kewajiban pasien di ruang rawat inap”. Hal ini

menunjukkan bahwa pasien belum sepenuhnya mendapatkan kejelasan informasi tentang hak dan kewajiban di ruang rawat inap. Sedangkan nilai tertinggi sebesar 4,47 pada item pertanyaan nomor 4 yaitu “kerapihan penampilan petugas”. Hal ini menunjukkan bahwa petugas sudah berpenampilan dengan rapi.

2. Persepsi Responden terhadap *Reliability*

Persepsi responden terhadap variabel *Reliability* merupakan jawaban dari semua reponden yang dijawab dalam kuesioner. Persepsi responden untuk variabel *Reliability* dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Table 4.8
Jawaban Responden terhadap *Reliability*

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Rata-rata
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Petugas registrasi dan kasir melayani dengan teliti dan baik	16	76	8	0	0	4.08
2.	Kehadiran dokter untuk memeriksa setiap hari dan tepat waktu	63	6	31	0	0	4.32
3.	Dokter memeriksa dengan teliti	41	34	25	0	0	4.16
4.	Perawat mempunyai kemampuan menyuntik, memasang infus dengan benar dan melayani dengan penuh hati-hati	40	33	27	0	0	4.13
5.	Petugas apotek mampu menjelaskan tentang obat	13	53	34	0	0	3.79
6.	Petugas membantu permasalahan yang dihadapi pasien	35	13	52	0	0	3.83
7.	Petugas membantu permasalahan yang dihadapi keluarga pasien	26	23	51	0	0	3.75

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Rata-rata
		SS	S	KS	TS	STS	
8.	Petugas memberi tahu kepada pasien kapan layanan akan diberikan	24	23	53	0	0	3.71
Rerata							3.97

Sumber: Data Primer (diolah), 2020

Berdasarkan Tabel 4.8 terlihat bahwa rata-rata nilai *Reliability* sebesar 3,97. yang menunjukkan bahwa *Reliability* pada Rumah Sakit Ibu dan Anak sudah baik. Nilai terendah sebesar 3.71 terdapat pada item pertanyaan nomor 8 yaitu “petugas memberi tahu kepada pasien kapan layanan akan diberikan”. Hal ini menunjukkan bahwa petugas tidak selalu memberi tahu kepada pasien kapan layanan akan diberikan. Sedangkan nilai tertinggi sebesar 4,32 pada item pertanyaan nomor 2 yaitu “kehadiran dokter untuk memeriksa setiap hari dan tepat waktu”. Hal ini menunjukkan bahwa dokter sudah hadir tepat waktu saat memeriksa pasien

3. Persepsi Responden terhadap *Responsiveness*

Persepsi responden terhadap variabel *Responsiveness* merupakan jawaban dari semua responden yang dijawab dalam kuesioner. Persepsi responden untuk variabel *Responsiveness* dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Table 4.9
Jawaban Responden terhadap *Responsiveness*

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Rata-rata
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Petugas parkir, satpam dan petugas lainnya memberikan pelayanan dengan tanggap	7	86	7	0	0	4.00
2.	Petugas registrasi dan keuangan melayani dengan sigap dan cepat	43	50	7	0	0	4.36
3.	Perawat akan datang memberikan pelayanan dan membantu keperluan pasien saat dibutuhkan	33	39	28	0	0	4.05
4.	Dokter selalu cepat tanggap dalam menyelesaikan setiap keluhan dari pasien	44	30	26	0	0	4.18
5.	Petugas gizi menyediakan dan membantu keperluan makanan pasien	9	65	26	0	0	3.83
6.	Rumah sakit memberikan perhatian sepenuhnya terhadap pasien yang tidak mampu	50	25	25	0	0	4.25
7.	Perawat cepat melaksanakan tugas sesuai intruksi dokter	25	47	28	0	0	3.97
8.	Pengakuan rumah sakit yang tegas dan jujur apabila terjadi kesalahan	12	55	33	0	0	3.79
Rerata							4.05

Sumber: Data Primer (diolah), 2020

Berdasarkan Tabel 4.9 terlihat bahwa rata-rata nilai *Responsiveness* sebesar 4,05 yang menunjukkan bahwa *Responsiveness* pada Rumah Sakit Ibu dan Anak sudah baik. Nilai terendah sebesar 3.79 terdapat pada item pertanyaan nomor 8 yaitu “pengakuan rumah sakit yang tegas dan jujur apabila terjadi kesalahan”. Hal ini menunjukkan bahwa rumah sakit tidak jujur dan tidak tegas. Sedangkan nilai tertinggi sebesar 4,36 pada item

pertanyaan nomor 2 yaitu “petugas registrasi dan keuangan melayani dengan sigap dan cepat”. Hal ini menunjukkan bahwa petugas registrasi dan keuangan sudah melayani dengan sigap dan cepat.

4. Persepsi Responden terhadap Assurance

Persepsi responden terhadap variabel *Assurance* merupakan jawaban dari semua responden yang dijawab dalam kuesioner. Persepsi responden untuk variabel *Assurance* dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Table 4.10
Jawaban Responden terhadap Assurance

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Rata-rata
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Rumah sakit mampu membuat pasien merasa terjamin keamanannya pada pelayanan yang diberikan	33	18	49	0	0	3.84
2.	Perawat memahami kebutuhan pasien dan bersikap ramah, sopan, serta berbicara lembut kepada pasien	25	27	48	0	0	3.77
3.	Dokter melakukan pemeriksaan dengan sopan	25	33	42	0	0	3.83
4.	Dokter melaksanakan pelayanan sesuai yang dijanjikan kepada pasien	32	28	40	0	0	3.92
5.	Perawat melaksanakan pelayanan sesuai yang dijanjikan kepada pasien	7	54	39	0	0	3.69
6.	Kemampuan dokter dalam menjawab pernyataan pasien	40	29	31	0	0	4.09
7.	Ketepatan dokter dalam melaksanakan jadwal kunjungan pasien	10	61	29	0	0	3.81

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Rata-rata
		SS	S	KS	TS	STS	
8.	Kepercayaan pasien terhadap tindakan medis yang diberikan rumah sakit	2	58	40	0	0	3.62
9.	Perlakuan adil dokter dan perawat dalam memberikan pelayanan pada setiap pasien	20	44	36	0	0	3.84
10.	Keamanan terhadap barang-barang milik pasien dan keluarganya	16	36	48	0	0	3.68
Rerata							3.80

Sumber: Data Primer (diolah), 2020

Berdasarkan Tabel 4.10 terlihat bahwa rata-rata nilai *Assurance* sebesar 3,80 yang menunjukkan bahwa *Assurance* pada Rumah Sakit Ibu dan Anak sudah baik. Nilai terendah sebesar 3.62 terdapat pada item pertanyaan nomor 8 yaitu “kepercayaan pasien terhadap tindakan medis yang diberikan rumah sakit”. Hal ini menunjukkan bahwa pasien tidak terlalu percaya dengan tindakan medis yang dilakukan oleh rumah sakit. Sedangkan nilai tertinggi sebesar 4,09 pada item pertanyaan nomor 6 yaitu “kemampuan dokter dalam menjawab pertanyaan pasien”. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan dokter dalam menjawab pertanyaan pasien sudah baik.

5. Persepsi Responden terhadap *Emphaty*

Persepsi responden terhadap variabel *Emphaty* merupakan jawaban dari semua reponden yang dijawab dalam kuesioner. Persepsi responden untuk variabel *Emphaty* dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Table 4.11
Jawaban Responden terhadap *Emphaty*

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Rata-rata
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Pelayanan rumah sakit tidak membedakan antara pasien	34	27	39	0	0	3.95
2.	Petugas registrasi memberikan pelayanan dengan ramah	15	85	0	0	0	4.15
3.	Perawat melayani dan memperhatikan kebutuhan pasien	25	30	45	0	0	3.80
4.	Dokter memberikan penjelasan tentang penyakit yang di derita pasien	39	16	45	0	0	3.94
5.	Petugas gizi memahami dan memperhatikan variasi makanan	10	79	11	0	0	3.99
6.	Petugas apotik melayani dengan ramah	34	53	13	0	0	4.21
7.	Petugas kasir melayani dengan ramah	16	39	45	0	0	3.71
8.	Dokter memberikan waktu yang cukup kepada pasien untuk berkonsultasi	43	16	41	0	0	4.02
9.	Petugas mampu memberikan pelayanan sesuai harapan pasien	38	22	40	0	0	3.98
10.	Petugas memahami secara teliti setiap kebutuhan pribadi pasien	39	21	40	0	0	3.99
Rerata							3.97

Sumber: Data Primer (diolah), 2020

Berdasarkan Tabel 4.11 terlihat bahwa rata-rata nilai *Emphaty* sebesar 3,97 yang menunjukkan bahwa *Emphaty* pada Rumah Sakit Ibu dan Anak sudah baik. Nilai terendah sebesar 3.71 terdapat pada item pertanyaan nomor 7 yaitu “petugas kasir melayani dengan ramah”. Hal ini menunjukkan bahwa petugas kasir belum melayani dengan ramah. Sedangkan nilai tertinggi

sebesar 4,21 pada item pertanyaan nomor 6 yaitu “petugas apotik melayani dengan ramah”. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan petugas apotik sudah dilakukan dengan baik.

4.3 Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas

4.3.1 Hasil Uji Reliabilitas

Untuk menguji kehandalan kuesioner yang digunakan, penelitian ini menggunakan uji reliabilitas. Analisa digunakan untuk menafsirkan kolerasi antara skala yang dibuat dengan skala variabel yang ada. Menurut Yudaruddin (2014:31) Reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya. Uji realibilitas menggunakan metode *Cronbach alpha*, suatu instrument dikatakan reliable apabila *cronbach alpha* > 0.60. Ukuran reliabilitas dianggap handal berdasarkan *Cronbach Alpha* adalah sebesar 0,60

Hasil uji reliabilitas (Tabel 4.12) untuk variabel dependen dan variabel independen menunjukkan hasil yang reliabel. Nilai *cronbach alpha* yang dihasilkan > 0.60 sehingga seluruh variabel yang digunakan dinyatakan handal.

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

	Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Harapan	<i>Tangible</i>	10	0,782	Handal
	<i>Reliability</i>	8	0,679	Handal
	<i>Responsiveness</i>	8	0,711	Handal
	<i>Assurance</i>	10	0,804	Handal
	<i>Emphaty</i>	10	0,779	Handal
Kenyataan	<i>Tangible</i>	10	0,937	Handal
	<i>Reliability</i>	8	0,903	Handal
	<i>Responsiveness</i>	8	0,916	Handal
	<i>Assurance</i>	10	0,955	Handal
	<i>Emphaty</i>	10	0,955	Handal

Sumber : Data primer, tahun 2020 (diolah)

Hasil pengolahan data memperlihatkan nilai *cronbach alpha* untuk masing-masing variabel yakni lebih besar dari 0,600. Menurut Yudaruddin (2014:31) realibilitas menggunakan metode *Cronbach alpha*, suatu instrument dikatakan reliable apabila *cronbach alpha* > 0.60 sehingga seluruh variabel yang digunakan dinyatakan handal.

4.3.2 Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas data dalam penelitain ini dilakukan secara statistik, yaitu dengan menggunakan uji *Pearson Product-Moment Coeffisient of Corelation* menggunakan bantuan *software computer* melalui program *Statistic Package for Social Science* (SPSS) 21. Kuesioner dikatakan valid jika memiliki nilai koefisian korelasi atau $R_{hitung} > R_{tabel}$ atau nilai kritis (Sugiyono, 2014:126). Padapenelitian ini nilai kritis yang digunakan adalah sebesar 0,1966 pada n=100. Untuk lebih jelasnya mengenai hasil uji validitas dapat dilihat Tabel 4.13.

Table 4.13
Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan	Dimensi	Koefesien Korelasi	Nilai r-kritis (n=100)	Keterangan
T1	Tangible	0,395	0,1966	Valid
T2		0,380	0,1966	Valid
T3		0,340	0,1966	Valid
T4		0,440	0,1966	Valid
T5		0,563	0,1966	Valid
T6		0,397	0,1966	Valid
T7		0,602	0,1966	Valid
T8		0,510	0,1966	Valid
T9		0,327	0,1966	Valid
T10		0,227	0,1966	Valid
R1	Reliability	0,497	0,1966	Valid
R2		0,455	0,1966	Valid
R3		0,468	0,1966	Valid

Item Pernyataan	Dimensi	Koefesien Korelasi	Nilai r-kritis (n=100)	Keterangan
R4		0,452	0,1966	Valid
R5		0,667	0,1966	Valid
R6		0,447	0,1966	Valid
R7		0,707	0,1966	Valid
R8		0,707	0,1966	Valid
Res1	<i>Responsiveness</i>	0,677	0,1966	Valid
Res2		0,568	0,1966	Valid
Res3		0,527	0,1966	Valid
Res4		0,636	0,1966	Valid
Res5		0,462	0,1966	Valid
Res6		0,677	0,1966	Valid
Res7		0,548	0,1966	Valid
Res8		0,536	0,1966	Valid
A1	<i>Assurance</i>	0,550	0,1966	Valid
A2		0,691	0,1966	Valid
A3		0,752	0,1966	Valid
A4		0,545	0,1966	Valid
A5		0,585	0,1966	Valid
A6		0,585	0,1966	Valid
A7		0,617	0,1966	Valid
A8		0,491	0,1966	Valid
A9		0,731	0,1966	Valid
A10		0,511	0,1966	Valid
E1	<i>Emphaty</i>	0,550	0,1966	Valid
E2		0,352	0,1966	Valid
E3		0,553	0,1966	Valid
E4		0,834	0,1966	Valid
E5		0,445	0,1966	Valid
E6		0,574	0,1966	Valid
E7		0,580	0,1966	Valid
E8		0,303	0,1966	Valid
E9		0,769	0,1966	Valid
E10		0,623	0,1966	Valid

Sumber : Data primer, tahun 2020 (diolah).

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini semuanya valid, karena mempunyai koefisiensi kolerasi diatas nilai krisis kolerasi *product moment* yaitu sebesar 0,1966 sehingga semua pernyataan

yang terkandung dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid untuk dilanjutkan penelitian yang lebih mendalam.

4.5 Perhitungan Nilai Servqual

4.5.1 Nilai Servqual *Tangible*

Dalam penelitian ini *Tangible* dijabarkan ke dalam 10 (sepuluh) item pernyataan. Masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan yang berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Perhitungan nilai servqual untuk *Tangible* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.14
Skor Servqual *Tangible*

No.	Pernyataan	Rata-rata Skor Harapan	Rata-rata Skor Kenyataan	Skor Servqual
1	Ruang perawatan harus bersih, rapih, nyaman, dan tenang	3,7	4,73	1,03
2	Ruang apotek harus rapi dan bersih	4,3	4,55	0,25
3	Kelengkapan peralatan dan kebersihan alat-alat yang dipakai petugas	3,97	4,45	0,48
4	Penampilan petugas harus rapih	4,47	4,77	0,30
5	Bangunan rumah sakit luas, lokasi srategis, dan tempat parkir memadai	3,79	4,28	0,49
6	Pelayanan informasi yang jelas, mudah dimengerti dan memberikan solusi	4,24	4,8	0,56
7	Kelengkapan dan kejelasan rambu-rambu penunjuk arah ke ruang pemeriksaan dan pelayanan	4,04	4,38	0,34
8	Kejelasan informasi tentang hak dan kewajiban pasien di ruang rawat inap	3,59	3,98	0,39
9	Dokter yang lengkap dan terampil	3,91	4,36	0,45
10	Kebersih kamar mandi	3,82	4,1	0,28
Rata-rata		3,98	4,44	0,45

Sumber : Data Primer (diolah), 2020.

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai rata-rata skor servqual tertinggi sebesar 1,03 pada item pernyataan “Ruang perawatan harus bersih, rapih, nyaman, dan tenang”, hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang besar antara skor harapan dengan skor kenyataan. Dengan demikian kerapihan, kenyamanan, dan ketenangan ruang perawatan sudah lebih dari harapan pasien. Sedangkan skor servqual terendah sebesar 0,25 pada item pernyataan “Ruang apotek harus rapi dan bersih”, hal ini menunjukkan bahwa kebersihan dan kerapihan apotek sudah sesuai dengan harapan pasien.

4.5.2 Nilai Servqual Reliability

Dalam penelitian ini *Reliability* dijabarkan ke dalam 8 (delapan) item pernyataan. Masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan yang berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Perhitungan nilai servqual untuk *Reliability* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.15
Skor Servqual Reliability

No.	Pernyataan	Rata-rata Skor Harapan	Rata-rata Skor Kenyataan	Skor Servqual
1	Petugas registrasi dan kasir melayani dengan teliti dan baik	4,08	4,17	0,09
2	Kehadiran dokter untuk memeriksa setiap hari dan tepat waktu	4,32	4,89	0,57
3	Dokter memeriksa dengan teliti	4,16	4,65	0,49
4	Perawat mempunyai kemampuan menyuntik, memasang infus dengan benar dan melayani dengan penuh hati-hati	4,13	4,69	0,56
5	Petugas apotek mampu menjelaskan tentang obat	3,79	4,32	0,53

No.	Pernyataan	Rata-rata Skor Harapan	Rata-rata Skor Kenyataan	Skor Servqual
6	Petugas membantu permasalahan yang dihadapi pasien	3,83	4,84	1,01
7	Petugas membantu permasalahan yang dihadapi keluarga pasien	3,75	4,56	0,81
8	Petugas memberi tahu kepada pasien kapan layanan akan diberikan	3,71	4,37	0,66
Rata-rata		3,98	4,56	0,59

Sumber : Data Primer (diolah), 2020.

Berdasarkan Tabel 4.15 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai rata-rata skor servqual tertinggi sebesar 1,01 pada item pernyataan “Petugas membantu permasalahan yang dihadapi pasien”, hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang besar antara skor harapan dengan skor kenyataan dimana kesiapan petugas dalam membantu pasien sudah sangat baik dan lebih dari yang diharapkan. Sedangkan nilai terendah sebesar 0,009 pada item pernyataan “Petugas registrasi dan kasir melayani dengan teliti dan baik”, hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan petugas kasir sudah sesuai dengan harapan pasien, namun perlu ditingkatkan lagi.

4.5.3 Nilai Servqual *Responsiveness*

Dalam penelitian ini *Responsiveness* dijabarkan ke dalam 8 (delapan) item pernyataan. Masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan yang berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Perhitungan nilai servqual untuk *Responsiveness* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.16
Skor Servqual Responsiveness

No.	Pernyataan	Rata-rata Skor Harapan	Rata-rata Skor Kenyataan	Skor Servqual
1	Petugas parkir, satpam dan petugas lainnya memberikan pelayanan dengan tanggap	4,00	3,99	-0,01
2	Petugas registrasi dan keuangan melayani dengan sigap dan cepat	4,36	4,61	0,25
3	Perawat akan datang memberikan pelayanan dan membantu keperluan pasien saat dibutuhkan	4,05	4,50	0,45
4	Dokter selalu cepat tanggap dalam menyelesaikan setiap keluhan dari pasien	4,18	4,67	0,49
5	Petugas gizi menyediakan dan membantu keperluan makanan pasien	3,83	4,13	0,30
6	Rumah sakit memberikan perhatian sepenuhnya terhadap pasien yang tidak mampu	4,25	4,76	0,51
7	Perawat cepat melaksanakan tugas sesuai intruksi dokter	3,97	4,52	0,55
8	Pengakuan rumah sakit yang tegas dan jujur apabila terjadi kesalahan	3,79	4,18	0,39
Rata-rata		3,98	4,42	0,37

Sumber : Data Primer (diolah), 2020

Berdasarkan Tabel 4.16 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai rata-rata skor servqual tertinggi sebesar 0,55 pada item pernyataan “Rumah sakit memberikan perhatian sepenuhnya terhadap pasien yang tidak mampu”, hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara skor harapan dengan skor kenyataan dimana perhatian yang diberikan rumah sakit terhadap pasien tidak mampu

sudah sangat baik dan lebih dari harapan pasien. Sedangkan nilai terendah sebesar -0,01 pada item pernyataan “Petugas parkir, satpam dan petugas lainnya memberikan pelayanan dengan tanggap”, hal ini menunjukkan pelayanan yang diberikan petugas parkir, satpam, dan petugas lainnya masih tidak sesuai dengan harapan pasien.

4.5.4 Nilai Servqual Assurance

Dalam penelitian ini *assurance* dijabarkan ke dalam 10 (sepuluh) item pernyataan. Masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan yang berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Perhitungan nilai servqual untuk assurance dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.17
Skor Servqual Assurance

No.	Pernyataan	Rata-rata Skor Harapan	Rata-rata Skor Kenyataan	Skor Servqual
1	Rumah sakit mampu membuat pasien merasa terjamin keamanannya pada pelayanan yang diberikan	3,84	4,69	0,85
2	Perawat memahami kebutuhan pasien dan bersikap ramah, sopan, serta berbicara lembut kepada pasien	3,77	4,49	0,72
3	Dokter melakukan pemeriksaan dengan sopan	3,83	4,44	0,61
4	Dokter melaksanakan pelayanan sesuai yang dijanjikan kepada pasien	3,92	4,71	0,79
5	Perawat melaksanakan pelayanan sesuai yang dijanjikan kepada pasien	3,68	4,22	0,54
6	Kemampuan dokter dalam menjawab pernyataan pasien	4,09	4,76	0,67

No.	Pernyataan	Rata-rata Skor Harapan	Rata-rata Skor Kenyataan	Skor Servqual
7	Ketepatan dokter dalam melaksanakan jadwal kunjungan pasien	3,81	4,32	0,51
8	Kepercayaan pasien terhadap tindakan medis yang diberikan rumah sakit	3,62	3,97	0,35
9	Perlakuan adil dokter dan perawat dalam memberikan pelayanan pada setiap pasien	3,84	4,35	0,51
10	Keamanan terhadap barang-barang milik pasien dan keluarganya	3,68	4,10	0,42
Rata-rata		3,98	4,41	0,60

Sumber : Data Primer (diolah), 2020

Berdasarkan Tabel 4.18 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai rata-rata skor servqual tertinggi sebesar 0,85 pada item pernyataan “Rumah sakit mampu membuat pasien merasa terjamin keamanannya pada pelayanan yang diberikan”, hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara skor harapan dengan skor kenyataan dimana keamanan pasien pada pelayanan yang diberikan rumah sakit sudah sangat baik dan lebih dari harapan pasien.

4.5.5 Nilai Servqual *Emphaty*

Dalam penelitian ini *Emphaty* dijabarkan ke dalam 10 (sepuluh) item pernyataan. Masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan yang berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Perhitungan nilai servqual untuk *Emphaty* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.18
Skor Servqual *Emphaty*

No.	Pernyataan	Rata-rata Skor Harapan	Rata-rata Skor Kenyataan	Skor Servqual
1	Pelayanan rumah sakit tidak membedakan antara pasien	3,95	4,61	0,66
2	Petugas registrasi memberikan pelayanan dengan ramah	4,15	4,3	0,15
3	Perawat melayani dan memperhatikan kebutuhan pasien	3,8	4,46	0,66
4	Dokter memberikan penjelasan tentang penyakit yang di derita pasien	3,94	4,73	0,79
5	Petugas gizi memahami dan memperhatikan variasi makanan	3,99	4,22	0,23
6	Petugas apotk melayani dengan ramah	4,21	4,6	0,39
7	Petugas kasir melayani dengan ramah	3,71	4,32	0,61
8	Dokter memberikan waktu yang cukup kepada pasien untuk berkonsultasi	4,02	4,75	0,73
9	Petugas mampu memberikan pelayanan sesuai harapan pasien	3,98	4,7	0,72
10	Petugas memahami secara teliti setiap kebutuhan pribadi pasien	3,99	4,71	0,72
Rata-rata		3,98	4,54	0,57

Sumber : Data Primer (diolah), 2020

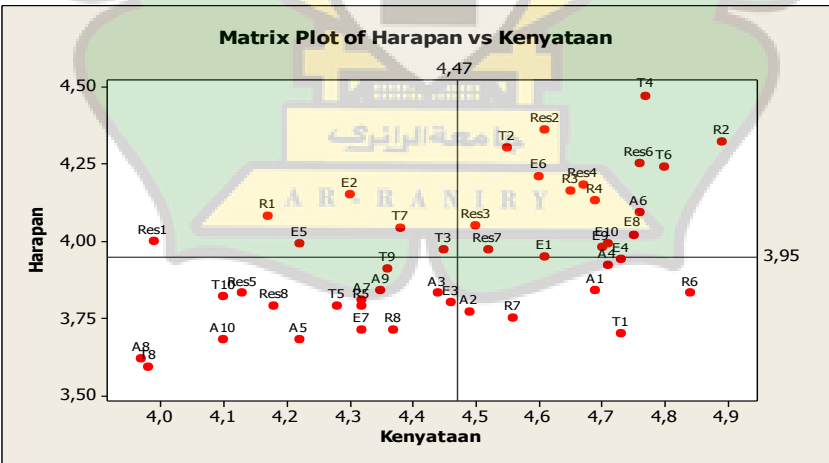
Berdasarkan Tabel 4.18 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai rata-rata skor servqual tertinggi sebesar 0,79 pada item pernyataan “Dokter memberikan penjelasan tentang penyakit yang di derita pasien”, hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara skor harapan dengan skor kenyataan dimana penjelasan tentang penyakit yang diberikan oleh dokter sudah sangat baik dan lebih dari harapan pasien.

4.6 Diagram IPA(Importance Performance Analysis)

Tujuan digunakannya diagram IPA (*Importance Performance Analysis*) adalah untuk melihat secara lebih terperinci mengenai atribut-atribut yang perlu untuk dilakukan perbaikan dan atribut yang dipertahankan oleh Rumah Sakit Ibu dan Anak, dimana diagram IPA (*Importance Performance Analysis*) terbagi dalam 4 kuadran, yaitu kuadran A, B, C, D.

Langkah-langkah sebelum memetakan data ke diagram IPA (*Importance Performance Analysis*), adalah terlebih dahulu dengan menentukan nilai rata-rata setiap atribut yaitu $\bar{X}$ dan $\bar{Y}$, dimana nilai perhitungannya telah kita peroleh dari perhitungan yang dilakukan sebelumnya.

Adapun hasil pembagian setiap atribut setiap kuadran ditampilkan pada gambar 4.1 sebagai berikut:



Gambar 4.1
Diagram IPA

A. Prioritas Utama (*Concentrate Here*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan konsumen akan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum memuaskan sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini. Setelah dilakukan perhitungan menggunakan diagram IPA didapat hasil atribut-atribut yang perlu dilakukan perbaikan, dimana atribut tersebut dinilai tidak memuaskan para pasien di Rumah Sakit Ibu dan Anak. Atribut yang harus diperbaiki adalah atribut yang berada pada kuadran A. Adapun atribut yang harus diperbaiki pada kuadran A adalah sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Perhitungan Diagram IPA pada kuadran A

Atribut	Pernyataan
Res1	Petugas parkir, satpam dan petugas lainnya memberikan pelayanan dengan tanggap
R1	Petugas registrasi dan kasir melayani dengan teliti dan baik
E2	Petugas registrasi memberikan pelayanan dengan ramah
E5	Petugas gizi memahami dan memperhatikan variasi makanan
T3	Kelengkapan peralatan dan kebersihan alat-alat yang dipakai petugas
T7	Kelengkapan dan kejelasan rambu-rambu penunjuk arah ke ruang pemeriksaan dan pelayanan

Sumber: Data Diolah (2020)

B Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut. Untuk atribut-atribut yang harus dipertahankan oleh pihak perusahaan setelah dilakukannya

perhitungan menggunakan diagram IPA adalah atribut-atribut yang berada kuadran B, karena pada atribut yang berada pada kuadran B dianggap pasien sudah dapat memenuhi apa yang mereka inginkan. Adapun atribut yang harus dipertahankan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.20
Hasil Perhitungan Diagram IPA pada kuadran B

Atribut	Pernyataan
Res2	Petugas registrasi dan keuangan melayani dengan sigap dan cepat
Res3	Perawat akan datang memberikan pelayanan dan membantu keperluan pasien saat dibutuhkan
Res4	Dokter selalu cepat tanggap dalam menyelesaikan setiap keluhan dari pasien
Res6	Rumah sakit memberikan perhatian sepenuhnya terhadap pasien yang tidak mampu
Res7	Perawat cepat melaksanakan tugas sesuai intruksi dokter
R2	Kehadiran dokter untuk memeriksa setiap hari dan tepat waktu
R3	Dokter memeriksa dengan teliti
R4	Perawat mempunyai kemampuan menyuntik, memasang infus dengan benar dan melayani dengan penuh hati-hati
E1	Pelayanan rumah sakit tidak membedakan antara pasien
E4	Dokter memberikan penjelasan tentang penyakit yang di derita pasien
E6	Petugas apotk melayani dengan ramah
E8	Dokter memberikan waktu yang cukup kepada pasien untuk berkonsultasi
E10	Petugas memahami secara teliti setiap kebutuhan pribadi pasien
T2	Ruang apotek harus rapi dan bersih
T4	Penampilan petugas harus rapih
T6	Pelayanan informasi yang jelas, mudah dimengerti dan memberikan solusi

Sumber: Data Diolah (2020)

C. Prioritas Rendah (*Low Priority*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau

memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut. Atribut yang memiliki penilaian yang rendah karena atribut-atribut ini kurang dianggap penting oleh konsumen dan perusahaan juga tidak memberikan pelayanan atau perhatian khusus, atribut ini dianggap tidak memberikan dampak yang besar bagi perusahaan. Adapun atribut-atribut yang berada pada kuadran C adalah sebagai berikut:

Tabel 4.21
Hasil Perhitungan Diagram IPA pada kuadran C

Atribut	Pernyataan
Res5	Petugas gizi menyediakan dan membantu keperluan makanan pasien
Res8	Pengakuan rumah sakit yang tegas dan jujur apabila terjadi kesalahan
R5	Petugas gizi menyediakan dan membantu keperluan makanan pasien
R8	Pengakuan rumah sakit yang tegas dan jujur apabila terjadi kesalahan
E3	Perawat melayani dan memperhatikan kebutuhan pasien
E7	Petugas kasih melayani dengan ramah
A3	Dokter melakukan pemeriksaan dengan sopan
A5	Perawat melaksanakan pelayanan sesuai yang dijanjikan kepada pasien
A7	Ketepatan dokter dalam melaksanakan jadwal kunjungan pasien
A8	Kepercayaan pasien terhadap tindakan medis yang diberikan rumah sakit
A10	Keamanan terhadap barang-barang milik pasien dan keluarganya
T5	Bangunan rumah sakit luas, lokasi strategis, dan tempat parkir memadai
T8	Kejelasan informasi tentang hak dan kewajiban pasien di ruang rawat inap
T9	Dokter yang lengkap dan terampil
T10	Kebersih kamar mandi

Sumber: Data Diolah (2020)

D. Berlebihan (*Possibly Overkill*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang

terkait pada faktor tersebut kepada faktor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih. Untuk atribut yang ada pada kuadran D adalah atribut yang tidak dianggap penting bagi konsumen namun bagi perusahaan memberikan pelayanan yang berlebihan sehingga atribut ini dianggap berlebihan. Namun, tidak tertutup kemungkinan atribut ini juga akan mendapat perhatian yang lebih dari konsumen. Adapun atribut yang berada pada kuadran D adalah sebagai berikut:

Tabel 4.22
Hasil Perhitungan Diagram IPA pada kuadran D

Atribut	Pernyataan
R6	Petugas membantu permasalahan yang dihadapi pasien
R7	Petugas membantu permasalahan yang dihadapi keluarga pasien
E4	Dokter memberikan penjelasan tentang penyakit yang di derita pasien
A1	Rumah sakit mampu membuat pasien merasa terjamin keamanannya pada pelayanan yang diberikan
A2	Perawat memahami kebutuhan pasien dan bersikap ramah, sopan, serta berbicara lembut kepada pasien
A4	Dokter melaksanakan pelayanan sesuai yang dijanjikan kepada pasien
T1	Ruang perawatan harus bersih, rapih, nyaman, dan tenang

Sumber: Data Diolah (2020)

4.7 Pembahasan

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai rata-rata skor servqual tertinggi sebesar 1,03 pada item pernyataan “Ruang perawatan harus bersih, rapih, nyaman, dan tenang”, hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang besar antara skor harapan dengan skor kenyataan. Dengan demikian kerapihan, kenyamanan, dan ketenangan ruang perawatan sudah lebih dari harapan pasien. Sedangkan skor servqual terendah sebesar 0,25 pada item pernyataan “Ruang apotek harus rapi dan bersih”, hal ini

menunjukkan bahwa kebersihan dan kerapihan apetek sudah sesuai dengan harapan pasien.

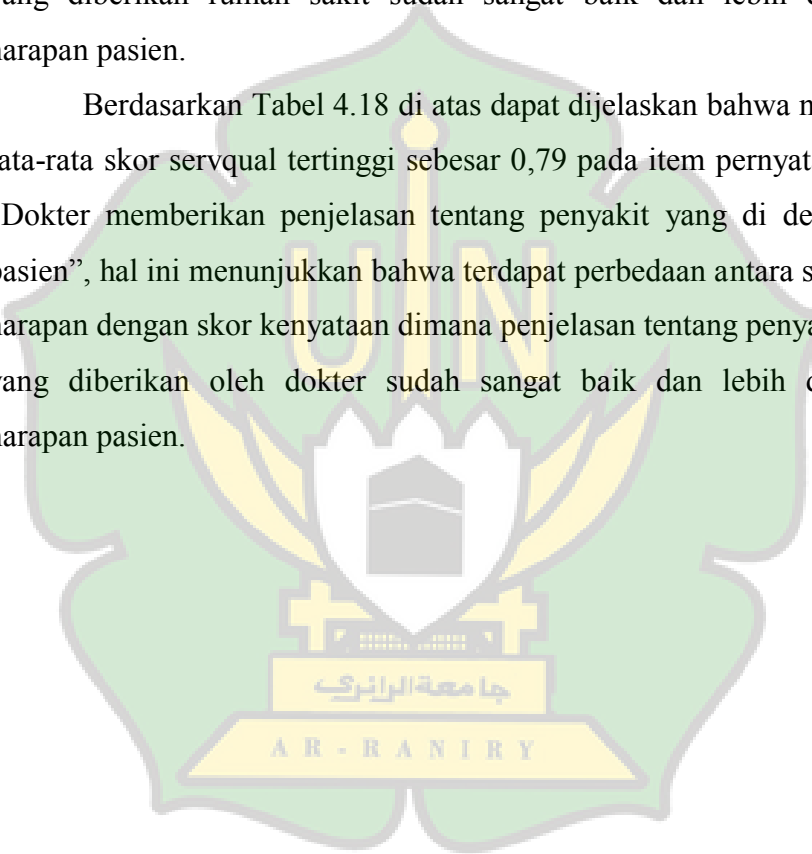
Berdasarkan Tabel 4.15 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai rata-rata skor servqual tertinggi sebesar 1,01 pada item pernyataan “Petugas membantu permasalahan yang dihadapi pasien”, hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang besar antara skor harapan dengan skor kenyataan dimana kesiapan petugas dalam membantu pasien sudah sangat baik dan lebih dari yang diharapkan. Sedangkan nilai terendah sebesar 0,009 pada item pernyataan “Petugas registrasi dan kasir melayani dengan teliti dan baik”, hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan petugas kasir sudah sesuai dengan harapan pasien, namun perlu ditingkatkan lagi.

Berdasarkan Tabel 4.16 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai rata-rata skor servqual tertinggi sebesar 0,55 pada item pernyataan “Perawat cepat melaksanakan tugas sesuai intruksi dokter”, hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara skor harapan dengan skor kenyataan dimana perhatian yang diberikan rumah sakit terhadap pasien tidak mampu sudah sangat baik dan lebih dari harapan pasien. Sedangkan nilai terendah sebesar -0,01 pada item pernyataan “Petugas parkir, satpam dan petugas lainnya memberikan pelayanan dengan tanggap”, hal ini menunjukkan pelayanan yang diberikan petugas parkir, satpam, dan petugas lainnya masih tidak sesuai dengan harapan pasien.

Berdasarkan Tabel 4.17 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai rata-rata skor servqual tertinggi sebesar 0,85 pada item pernyataan

“Rumah sakit mampu membuat pasien merasa terjamin keamanannya pada pelayanan yang diberikan”, hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara skor harapan dengan skor kenyataan dimana keamanan pasien pada pelayanan yang diberikan rumah sakit sudah sangat baik dan lebih dari harapan pasien.

Berdasarkan Tabel 4.18 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai rata-rata skor servqual tertinggi sebesar 0,79 pada item pernyataan “Dokter memberikan penjelasan tentang penyakit yang di derita pasien”, hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara skor harapan dengan skor kenyataan dimana penjelasan tentang penyakit yang diberikan oleh dokter sudah sangat baik dan lebih dari harapan pasien.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh peneliti tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di Rumsah Sakit Ibu dan Anak Kota Banda Aceh maka peneliti membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Besarnya nilai rata-rata servqual sebesar 0,045. Nilai positif ini menunjukkan bahwa keadaan lingkungan/bentuk fisik (Tangible) RSIA sudah melebihi dari harapan pasien. Dengan kata lain kenyataan lebih baik dari pada harapan.
2. Besarnya nilai rata-rata servqual sebesar 0,59. Nilai positif ini menunjukkan bahwa keadaan pada kehandalan (*Reliability*) RSIA sudah melebihi dari harapan pasien. Dengan kata lain kenyataan lebih baik dari harapan.
3. Besarnya nilai rata-rata servqual sebesar 0,37. Nilai positif ini menunjukkan bahwa keadaan pada daya tanggap (*Responsiveness*) RSIA sudah melebihi dari harapan pasien. Dengan kata lain kenyataan lebih baik dari harapan.
4. Besarnya nilai rata-rata servqual sebesar 0,60. Nilai positif ini menunjukkan bahwa keadaan pada dimensi jaminan (*Assurance*) RSIA sudah melebihi dari harapan pasien. Dengan kata lain kenyataan lebih besar dari harapan.
5. Besarnya nilai rata-rata servqual sebesar 0,57. Nilai positif ini menunjukkan bahwa keadaan pada dimensi empati (*Emphaty*)

RSIA sudah melebihi dari harapan pasien. Dengan kata lain kenyataan lebih besar dari harapan.

5.2. Saran

Adapun saran dari hasil penelitian ini diantara lain adalah:

- 1 Rumah sakit Umum Ibu dan Anak harus lebih memperhatikan kebersihan dan kerapihan apotik, karena walaupun sudah sesuai dengan harapan pasien tetapi memiliki nilai skor servqual yang rendah.
- 2 Rumah sakit Umum Ibu dan Anak harus lebih meningkatkan pelayanan yang diberikan petugas kasir, karena walaupun sudah sesuai dengan harapan pasien tetapi memiliki nilai skor servqual yang rendah.
- 3 Rumah sakit Umum Ibu dan Anak harus lebih meningkatkan pelayanan yang diberikan petugas parkir, satpam, dan petugas lainnya masih tidak sesuai dengan harapan pasien.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwiyanto. (2012). *Reformasi Birokrasi Public Di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Dewi, M.(2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 44-56.
- Dimas, S. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-13.
- Jaya, Indra & Syafurudin, Indra.2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*, 15-23.
- Kotler, Philip. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hal., Edis Kedua Belas*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara RI. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: KEP/26/M.PAN/2/2004 tentang Petunjuk Teknis Transparansi dan Akuntabilitas dalam Penyelenggaraan Pelayanan Publik.
- Pasolong, Harbani. (2011). *Teori Adiministrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.

- Rangkuti, Freddy. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Setiadi, Nugroho. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Kencana Perdana Media Grup.
- Subagyo, Ahmad (2010). *Marketing In Business*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Septi Winarsih, Atik & Ratminto. (2012). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Surjadi,(2012). *Pengembangan Kinerja Pelayanan Publik*. Refika Aditama. Bandung.
- Sinambela, Lijan Poltak. Dkk. (2011). *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta:Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. (2011). *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Wijayanto. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 18-31.
- Yulianti. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 25-37.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

DATA RESPONDEN

1. Jenis Kelamin
 - ☐ Laki-laki
 - ☐ Perempuan
2. Usia Responden
 - ☐ < 20 Tahun
 - ☐ 20-29 Tahun
 - ☐ 30-39 Tahun
 - ☐ 40-49 Tahun
 - ☐ > 50 Tahun
3. Status Perkawinan
 - ☐ Belum Menikah
 - ☐ Menikah
4. Pendidikan Terakhir
 - ☐ SLTP
 - ☐ SLTA
 - ☐ Diploma III
 - ☐ Sarjana
 - ☐ Pascasarjana
5. Pendapatan
 - ☐ < Rp. 1.000.000
 - ☐ Rp. 1.000.000 – Rp. 2.999.000
 - ☐ Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.000
 - ☐ Rp. 5.000.000 – Rp. 6.999.000
 - ☐ > Rp. 7.000.000

Petunjuk :

Pada pertanyaan berikut ini, Bapak/Ibu dimohon untuk memberikan tanda checklist ($\checkmark$) pada salah satu jawaban yang tersedia, yang paling sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu sehari-hari.

Pilihlah :

- Skor 5 (SS) : Sangat Setuju
- Skor 4 (S) : Setuju
- Skor 3 (KS) : Kurang Setuju
- Skor 2 (TS) : Tidak Setuju
- Skor 1 (STS) : Sangat Tidak Setuju

A. TANGIBLE

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Perawat berpenampilan menarik dan rapi					
2	Peralatan yang digunakan sudah canggih dan modern					
3	Tempat parkir yang disediakan nyaman bagi pasien					

B. REABILITY

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Perawat memberikan layanan sesuai dengan moto pelayanan Rumah Sakit Ibu dan Anak					
2	Perawat memberikan kesan pertama yang baik bagi pasien					
3	Prosedur layanan yang digunakan mudah dimengerti					

C. RESPONSIVENESS

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Perawat selalu sigap dalam penanganan keluhan dari pasien					
2	Perawat bersikap terbuka terhadap saran dari pasien					
3	Perawat memberikan pelayanan yang cepat					

D. ASSURANCE

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Perawat memiliki wawasan yang luas terkait pekerjaannya					
2	Penjelasan perawat kepada pasien nyaman dan menyenangkan					
3	Perawat bersikap sopan terhadap pasien					

E. EMPHATY

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Perawat memberikan perhatian terhadap permasalahan pasien					
2	Perawat ramah dalam memberikan pelayanan					
3	Perawat mendalami secara spesifik kebutuhan pasien					

Lampiran 2

Tabulasi Data Jawaban Pernyataan 100 Responden

1. Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Usia	Status	Pendidikan	Pendapatan
1	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	SMA	< 1 juta
2	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	D3	3-5 juta
5	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	SMA	1-3 juta
4	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	S1	3-5 juta
5	Perempuan	40-49 tahun	Belum Menikah	SMA	< 1 juta
6	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	S1	3-5 juta
7	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	SMA	5-7 juta
8	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	S1	1-3 juta
9	Perempuan	30-39 tahun	Menikah	S2	5-7 juta
10	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	D3	3-5 juta
11	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	SMA	< 1 juta
12	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	SMA	< 1 juta
15	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	D3	1-3 juta
14	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	S1	3-5 juta
15	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	SMA	1-3 juta
16	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	SMA	< 1 juta
17	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	D3	3-5 juta
18	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	S1	5-7 juta
19	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	SMA	1-3 juta
20	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	SMA	< 1 juta
21	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	D3	3-5 juta
22	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	D3	< 1 juta
25	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	SMA	< 1 juta
24	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	D3	3-5 juta
25	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	SMA	< 1 juta
26	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	D3	1-3 juta
27	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	SMA	1-3 juta
28	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	S1	5-7 juta

29	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	SMA	< 1 juta
50	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	S1	5-7 juta
51	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	SMA	< 1 juta
52	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	SMA	< 1 juta
55	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	SMA	< 1 juta
54	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	S1	5-7 juta
55	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	SMA	3-5 juta
56	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	SMA	< 1 juta
57	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	S1	5-7 juta
58	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	SMA	< 1 juta
59	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	SMA	< 1 juta
40	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	SMA	< 1 juta
41	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	S1	>7 juta
42	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	SMA	3-5 juta
45	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	SMA	1-3 juta
44	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	SMA	< 1 juta
45	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	S1	1-3 juta
46	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	D3	< 1 juta
47	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	D3	3-5 juta
48	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	SMA	< 1 juta
49	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	S1	3-5 juta
50	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	SMA	3-5 juta
51	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	SMA	1-3 juta
52	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	SMA	< 1 juta
55	Perempuan	30-39 tahun	Menikah	S1	3-5 juta
54	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	S2	>7 juta
55	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	SMA	< 1 juta
56	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	S2	3-5 juta
57	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	S1	>7 juta
58	Perempuan	30-39 tahun	Belum Menikah	SMA	< 1 juta
59	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	D3	>7 juta
60	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	D3	1-3 juta
61	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	D3	3-5 juta
62	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	SMA	3-5 juta
65	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	SMA	3-5 juta

64	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	D3	3-5 juta
65	Perempuan	30-39 tahun	Menikah	D3	3-5 juta
66	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	D3	3-5 juta
67	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	SMA	< 1 juta
68	Perempuan	30-39 tahun	Menikah	D3	1-3 juta
69	Perempuan	40-49 tahun	Belum Menikah	S1	1-3 juta
70	Perempuan	30-39 tahun	Belum Menikah	SMA	1-3 juta
71	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	SMA	1-3 juta
72	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	D3	>7 juta
75	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	D3	3-5 juta
74	Perempuan	30-39 tahun	Menikah	SMA	1-3 juta
75	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	SMA	1-3 juta
76	Perempuan	30-39 tahun	Menikah	S2	3-5 juta
77	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	D3	< 1 juta
78	Perempuan	30-39 tahun	Belum Menikah	D3	1-3 juta
79	Perempuan	30-39 tahun	Menikah	SMA	1-3 juta
80	Perempuan	30-39 tahun	Menikah	D3	5-7 juta
81	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	S1	3-5 juta
82	Perempuan	30-39 tahun	Menikah	S1	5-7 juta
85	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	S1	5-7 juta
84	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	D3	1-3 juta
85	Perempuan	30-39 tahun	Menikah	S1	5-7 juta
86	Perempuan	20-29 tahun	Menikah	S1	1-3 juta
87	Perempuan	30-39 tahun	Menikah	S1	3-5 juta
88	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	SMA	< 1 juta
89	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	SMA	< 1 juta
90	Perempuan	30-39 tahun	Menikah	D3	3-5 juta
91	Perempuan	30-39 tahun	Menikah	S1	3-5 juta
92	Perempuan	30-39 tahun	Menikah	S1	3-5 juta
95	Perempuan	30-39 tahun	Menikah	S1	1-3 juta
94	Perempuan	40-49 tahun	Menikah	D3	1-3 juta
95	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	SMA	< 1 juta
96	Perempuan	30-39 tahun	Menikah	SMA	< 1 juta
97	Perempuan	30-39 tahun	Menikah	SMA	< 1 juta
98	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	SMA	< 1 juta

99	Perempuan	30-39 tahun	Menikah	SMA	< 1 juta
100	Perempuan	20-29 tahun	Belum Menikah	SMA	< 1 juta



Tabulasi Data Jawaban Pernyataan 100 Responden

2. Variabel Tangible (Harapan)

Tangible									
1	2	5	4	5	6	7	8	9	10
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	5	4	4	4
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4
5	5	4	5	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4

4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	5	5	4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4	5	5
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	5	4	4	5	4	4	5	5
4	5	5	4	5	5	4	4	5	5
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
5	5	4	5	4	5	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	4	4	4	4
4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	4	5	4	3	4	4
5	5	4	4	5	5	4	3	4	4
5	4	5	5	4	5	4	3	4	4
5	5	5	5	4	5	4	3	4	4
5	5	5	4	4	5	4	3	4	4

Tabulasi Data Jawaban Pernyataan 100 Responden

3. Variabel Reability (Harapan)

Reability								Total
1	2	3	4	5	6	7	8	
4	5	4	4	4	5	5	4	35
4	5	5	4	4	4	4	4	34
4	5	5	4	4	4	4	4	34
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	5	5	4	4	5	5	5	37
4	5	5	4	4	5	5	5	37
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	5	5	4	4	5	4	4	35
4	5	5	4	4	5	5	5	37
4	4	5	4	4	5	4	4	34
4	5	5	4	4	4	5	5	36
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	5	5	4	4	5	5	5	37
4	4	4	4	4	5	5	5	35
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	5	5	4	4	5	5	5	37
4	5	5	4	4	5	5	5	37
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	5	5	5	4	5	5	5	38
4	5	5	4	4	4	4	4	34
4	5	4	5	4	5	5	4	36
4	5	4	5	4	5	5	5	37
4	5	5	5	4	5	5	4	37
4	5	5	5	4	5	5	5	38
5	5	4	5	4	5	5	5	38
4	5	4	5	4	5	5	5	37
4	5	5	5	4	5	5	5	38
4	5	5	4	4	5	5	5	37

4	5	4	4	4	5	5	4	35
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	5	5	5	4	5	5	5	38
4	5	5	5	4	5	5	5	38
5	5	5	5	4	5	5	4	38
5	5	5	5	4	5	5	4	38
4	5	4	4	4	5	4	4	34
4	5	4	5	4	5	5	4	36
3	5	4	4	4	5	4	4	33
4	5	5	5	4	4	5	4	36
3	5	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	4	5	5	4	37
4	5	5	4	4	5	4	4	35
5	5	4	5	4	5	4	4	36
4	5	5	4	4	5	4	4	35
5	5	5	5	4	5	4	4	37
5	5	5	5	4	5	4	4	37
4	5	4	4	4	5	4	4	34
4	5	5	4	4	5	4	4	35
4	5	5	4	5	5	4	4	36
4	5	4	4	4	5	4	4	34
5	5	5	5	4	5	4	4	37
5	5	5	5	5	5	4	4	38
5	5	4	5	4	5	4	4	36
5	5	4	5	4	5	4	4	36
4	5	5	4	5	5	4	5	37
4	5	5	5	4	5	4	4	36
4	5	5	5	4	5	4	4	36
4	5	4	5	4	4	4	4	34
4	5	5	5	4	5	4	3	35
4	5	4	4	5	5	4	3	34
4	4	5	5	4	5	4	3	34
4	5	5	5	4	5	4	3	35
4	5	5	4	4	5	4	3	34

Tabulasi Data Jawaban Pernyataan 100 Responden

4. Variabel Responsiveness (Harapan)

Responsiveness							
1	2	3	4	5	6	7	8
4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	5	4	4	4	5	4
4	4	5	4	4	4	5	4
4	4	4	5	5	5	5	4
4	4	4	5	5	5	5	4
4	4	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	4
4	5	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	5	5	4	5	5	4
4	4	5	5	4	5	5	4
4	4	5	5	4	5	5	4
4	4	5	5	4	5	5	4
4	4	4	5	4	5	5	4
4	4	4	5	5	5	5	4
4	4	4	5	4	5	5	4
4	4	5	5	4	5	5	4
4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5	5	5
4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	5	4
4	5	4	5	4	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	4
4	5	5	5	4	5	5	5
5	5	4	5	4	5	5	5
4	5	4	5	4	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5
4	5	5	4	4	5	5	5

4	5	4	4	4	5	5	4
4	5	4	4	4	5	5	5
4	5	4	4	4	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	4
5	5	5	5	4	5	5	4
4	5	4	4	4	5	4	4
4	5	4	5	4	5	5	4
3	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	4	5	4
3	5	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	5	4
4	5	5	4	4	5	4	4
5	5	4	5	4	5	4	4
4	5	5	4	4	5	4	4
5	5	5	5	4	5	4	4
5	5	5	5	4	5	4	4
4	5	4	4	4	5	4	4
4	5	5	4	4	5	4	4
4	5	5	4	5	5	4	4
4	5	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	4	5	4	5	4	4
5	5	4	5	4	5	4	4
4	5	5	4	5	5	4	5
4	5	5	5	4	5	4	4
4	5	5	5	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	4	3
4	5	4	4	5	5	4	3
4	4	5	5	4	5	4	3
4	5	5	5	4	5	4	3
4	5	5	4	4	5	4	3

4	5	5	5	4	5	4	3
4	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	4	4
4	5	5	5	4	5	4	3
4	5	5	5	4	5	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	5	4	4	4	4
3	4	4	4	3	4	4	4
3	4	4	4	3	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5	5	4
3	4	4	4	3	4	4	4
4	5	4	5	4	4	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5
4	5	4	5	5	4	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	5	5
4	5	4	5	4	4	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5

Tabulasi Data Jawaban Pernyataan 100 Responden
5. Variabel Assurance (Harapan)

Assurance									
1	2	5	4	5	6	7	8	9	10
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	5	4	4	4
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4
5	5	4	5	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4

4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	5	5	4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4	5	5
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	5	4	4	5	4	4	5	5
4	5	5	4	5	5	4	4	5	5
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
5	5	4	5	4	5	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	4	4	4	4
4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	4	5	4	3	4	4
5	5	4	4	5	5	4	3	4	4
5	4	5	5	4	5	4	3	4	4
5	5	5	5	4	5	4	3	4	4
5	5	5	4	4	5	4	3	4	4

Tabulasi Data Jawaban Pernyataan 100 Responden

6. Variabel Emphaty (Harapan)

Emphaty									
1	2	5	4	5	6	7	8	9	10
4	4	4	5	4	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	4	5	5	5	4	5	5	4
5	4	4	5	4	5	4	5	5	5
4	4	5	5	4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	5	4	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	5	4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
5	4	4	5	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	4	4	5	4	4	4	4	5	5
5	4	4	5	4	4	4	4	5	5
5	5	4	5	4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	5	4	5	5
5	5	4	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5	4	5	5
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4

4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	5	5	4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5	4	5	4	4
5	4	4	5	4	5	4	5	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5	5	5
4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
4	5	5	4	5	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	4	5	4	4
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
5	5	4	5	4	5	4	5	5	5
5	5	4	5	4	5	4	5	5	5
4	5	5	4	5	5	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
5	4	4	5	4	4	4	5	5	5
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
5	4	5	4	4	5	4	5	4	4

Tabulasi Data Jawaban Pernyataan 100 Responden

7. Variabel Tangible (Kenyataan)

Tangible									
1	2	5	4	5	6	7	8	9	10
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
3	5	3	4	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	4	4	4	4
3	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3

4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4	5	5
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4	5	5
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
3	5	5	4	4	5	4	4	5	5
3	5	5	4	5	5	4	4	5	5
3	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5	4	4	5	5
4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
3	5	4	5	4	5	4	4	4	4
3	5	4	5	4	5	4	4	4	4
4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
4	4	5	5	4	5	4	4	5	5
4	5	5	5	4	5	4	3	4	4
4	5	4	4	5	5	4	3	4	4
4	4	5	5	4	5	4	3	4	4
4	5	5	5	4	5	4	3	4	4
4	5	5	4	4	5	4	3	4	4

Tabulasi Data Jawaban Pernyataan 100 Responden
8. Variabel Reability (Kenyataan)

Reability							
1	2	3	4	5	6	7	8
4	5	4	4	4	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3
4	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3
4	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	3	3	3
4	5	4	4	4	4	4	5
4	5	4	4	5	4	5	5
4	5	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	5	5	4
4	5	4	4	5	5	4	5
4	5	5	4	4	5	4	4
4	5	4	4	4	5	4	4
4	5	5	4	4	5	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	5	4
4	5	5	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	4	5
4	5	5	5	4	5	5	5
5	5	4	4	4	5	4	5
4	5	4	5	4	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5
4	5	5	4	4	5	5	5

4	5	4	4	4	5	5	4
4	5	4	4	4	5	5	5
4	5	4	4	4	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	4
5	5	5	5	4	5	5	4
4	5	4	4	4	5	4	4
4	5	4	5	4	5	5	4
4	5	4	4	4	5	4	4
4	5	5	5	4	4	5	4
4	5	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	5	4
4	5	5	4	4	5	4	4
5	5	4	5	4	5	4	4
4	5	5	4	4	3	3	3
5	5	5	5	4	3	3	3
5	5	5	5	3	3	3	3
4	5	4	4	3	3	3	3
4	5	5	4	4	3	3	3
4	5	5	4	3	3	3	3
4	5	4	4	3	3	3	3
5	5	5	5	3	3	3	3
5	5	5	5	5	3	3	3
5	5	4	5	4	3	3	3
5	5	4	5	3	3	3	3
5	5	5	4	3	3	3	3
5	5	5	5	4	3	3	3
5	5	5	5	4	3	3	3
5	5	4	5	4	3	3	3
5	5	5	5	4	5	4	3
4	5	4	4	5	3	3	3
4	4	5	5	4	3	4	3
4	3	5	5	4	3	3	3
4	3	5	4	4	3	3	3

Tabulasi Data Jawaban Pernyataan 100 Responden

9. Variabel Responsiveness (Kenyataan)

Responsiveness							
1	2	3	4	5	6	7	8
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	5	4	4	4	5	4
4	4	5	4	4	4	5	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	4
3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	5	5	4	5	5	4
3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	5	4
4	4	3	4	4	4	3	4
4	4	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	3	4	4	4	3	4
4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	3	3	4	3	3	3
4	4	3	3	4	3	3	3
4	4	4	5	4	5	5	4
4	4	3	3	4	3	3	3
4	5	5	5	4	5	5	4
4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3
4	5	4	5	4	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5
4	4	3	3	3	3	3	3

4	5	4	4	4	5	5	4
4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3
4	5	5	5	4	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5
4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3
4	5	4	4	4	5	4	4
4	5	4	5	4	5	5	4
4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3
4	5	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	5	4
4	4	3	3	3	3	3	3
5	5	4	5	4	5	4	4
4	5	5	4	4	5	4	4
5	5	5	5	4	5	4	4
5	5	5	5	4	5	4	4
4	5	4	4	4	5	4	4
4	5	5	4	4	5	4	4
4	5	5	4	5	5	4	4
4	5	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	4	5	4	5	4	4
5	5	4	5	4	5	4	4
4	5	5	4	5	5	4	5
4	5	5	5	4	5	4	4
4	5	5	5	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	4	3
4	5	4	4	5	5	4	3
4	4	5	5	4	5	4	3
4	5	5	5	4	5	4	3
4	5	5	4	4	5	4	3

4	5	5	5	4	5	4	3
4	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	4	4
4	5	5	5	4	5	4	3
4	5	5	5	4	5	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5	5	4
4	4	4	4	3	4	4	4
4	5	4	5	4	4	5	5
4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3
4	5	4	5	4	4	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5
4	4	3	3	3	3	3	3
4	5	5	5	4	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5
4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3

Tabulasi Data Jawaban Pernyataan 100 Responden
10. Variabel Assurance (Kenyataan)

Assurance									
1	2	5	4	5	6	7	8	9	10
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	4	4	4	3	3
3	3	4	4	3	4	4	4	3	3
3	3	3	4	3	4	4	4	4	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	4	3	3	3	4	3	4
3	4	4	4	3	3	3	3	3	4
3	3	4	3	3	3	3	4	4	4
3	3	4	3	4	4	4	4	3	3
3	3	4	4	3	3	4	4	4	3
3	3	3	4	3	3	4	4	4	3
3	3	3	4	4	4	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	5	4	4	4
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4
5	5	4	5	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4

4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	5	5	4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4	5	5
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	5	4	4	5	4	4	5	5
4	5	5	4	5	5	4	4	5	5
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
5	5	4	5	4	5	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	4	4	4	4
4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	4	3	4	4
5	5	4	4	5	5	4	3	4	4
5	4	5	5	4	5	4	3	4	4
5	5	5	5	4	5	4	3	4	4
5	5	5	4	4	5	4	3	4	4

5	5	5	5	4	5	4	3	4	5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	4	3	5	4
5	5	5	5	4	5	4	3	5	4
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
5	4	4	5	4	4	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	3	4	4	4

Tabulasi Data Jawaban Pernyataan 100 Responden

11. Variabel Emphaty (Kenyataan)

Emphaty									
1	2	5	4	5	6	7	8	9	10
4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	5	5	4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	3	4	4	3
4	4	3	3	3	3	3	4	4	3
4	5	4	5	5	5	5	5	4	5
4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
4	4	3	3	4	3	3	4	3	3
3	4	3	3	4	3	3	4	3	3
3	4	3	3	4	3	3	3	4	3
4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
3	4	3	3	4	3	3	3	4	4
3	4	3	3	4	3	3	3	3	4
3	4	3	3	4	3	3	3	3	4
3	4	3	3	4	3	3	3	3	4
3	4	3	3	4	3	3	3	3	4
3	4	3	3	4	4	3	3	3	4
5	4	4	5	4	4	5	5	5	5
3	4	3	3	4	3	3	3	4	3
3	4	3	3	4	3	3	3	3	3
5	4	4	5	4	4	5	4	5	5
5	5	4	5	4	4	5	5	5	5
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3

3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	5	5	4	4	5	4	5	5
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
4	4	5	4	4	5	4	5	4	4
5	4	4	5	4	5	4	5	5	5
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
4	5	5	4	5	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	4	5	4	4
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
5	5	4	5	4	5	4	5	5	5
5	5	4	5	4	5	4	5	5	5
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
5	4	5	4	4	5	4	5	4	4

5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
5	4	4	5	4	4	4	4	5	5
5	5	4	5	4	4	4	5	5	5
5	5	4	5	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
5	4	4	5	4	5	4	5	5	5
5	4	4	5	4	5	4	5	5	5
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	4	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
3	4	3	3	3	4	3	3	3	3
3	4	3	3	3	4	3	3	3	3
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	3	4	3	3	3	3
3	4	3	3	3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	3	4	3	3	3	3
3	4	3	3	3	4	3	3	3	3
3	4	3	3	3	4	3	3	3	3
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5

Lampiran 3: Karakteristik Responden

JK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Perempuan	100	100,0	100,0	100,0

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-29 tahun	46	46,0	46,0	46,0
30-39 tahun	21	21,0	21,0	67,0
40-49 tahun	33	33,0	33,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Status

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Belum Menikah	29	29,0	29,0	29,0
Menikah	71	71,0	71,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid D3	25	25,0	25,0	25,0
S1	24	24,0	24,0	49,0
S2	4	4,0	4,0	53,0
SMA	47	47,0	47,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1 juta	33	33,0	33,0	33,0
>7 juta	5	5,0	5,0	38,0
1-3 juta	23	23,0	23,0	61,0
3-5 juta	28	28,0	28,0	89,0
5-7 juta	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 4:Deskripsi

TH1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	27	27,0	27,0	27,0
	5,00	73	73,0	73,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

TH2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	45	45,0	45,0	45,0
	5,00	55	55,0	55,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

TH3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	55	55,0	55,0	55,0
	5,00	45	45,0	45,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

TH4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	23	23,0	23,0	23,0
	5,00	77	77,0	77,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

TH5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	72	72,0	72,0	72,0
	5,00	28	28,0	28,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

TH6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	20	20,0	20,0	20,0
5,00	80	80,0	80,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

TH7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	62	62,0	62,0	62,0
5,00	38	38,0	38,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

TH8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,0	1,0	1,0
3,00	17	17,0	17,0	18,0
4,00	65	65,0	65,0	83,0
5,00	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

TH9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,0	1,0	1,0
4,00	61	61,0	61,0	62,0
5,00	38	38,0	38,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

TH10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	11	11,0	11,0	11,0
4,00	68	68,0	68,0	79,0
5,00	21	21,0	21,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

RH1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	2	2,0	2,0	2,0
	4,00	79	79,0	79,0	81,0
	5,00	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RH2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	11	11,0	11,0	11,0
	5,00	89	89,0	89,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RH3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	35	35,0	35,0	35,0
	5,00	65	65,0	65,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RH4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	31	31,0	31,0	31,0
	5,00	69	69,0	69,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RH5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	68	68,0	68,0	68,0
	5,00	32	32,0	32,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RH6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	16	16,0	16,0	16,0
5,00	84	84,0	84,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

RH7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	44	44,0	44,0	44,0
5,00	56	56,0	56,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

RH8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	9	9,0	9,0	9,0
4,00	45	45,0	45,0	54,0
5,00	46	46,0	46,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

RSH1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	11	11,0	11,0	11,0
4,00	79	79,0	79,0	90,0
5,00	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

RSH2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	39	39,0	39,0	39,0
5,00	61	61,0	61,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

RSH3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	50	50,0	50,0	50,0
5,00	50	50,0	50,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

RSH4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	33	33,0	33,0	33,0
5,00	67	67,0	67,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

RSH5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	3	3,0	3,0	3,0
4,00	81	81,0	81,0	84,0
5,00	16	16,0	16,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

RSH6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	24	24,0	24,0	24,0
5,00	76	76,0	76,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

RSH7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	48	48,0	48,0	48,0
5,00	52	52,0	52,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

RSH8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	8	8,0	8,0	8,0
	4,00	66	66,0	66,0	74,0
	5,00	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

AH1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	31	31,0	31,0	31,0
	5,00	69	69,0	69,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

AH2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	51	51,0	51,0	51,0
	5,00	49	49,0	49,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

AH3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	56	56,0	56,0	56,0
	5,00	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

AH4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	29	29,0	29,0	29,0
	5,00	71	71,0	71,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

AH5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	78	78,0	78,0	78,0
	5,00	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

AH6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	24	24,0	24,0	24,0
	5,00	76	76,0	76,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

AH7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	68	68,0	68,0	68,0
	5,00	32	32,0	32,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

AH8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	1,0	1,0	1,0
	3,00	16	16,0	16,0	17,0
	4,00	68	68,0	68,0	85,0
	5,00	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

AH9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	1,0	1,0	1,0
	4,00	62	62,0	62,0	63,0
	5,00	37	37,0	37,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

AH10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	11	11,0	11,0	11,0
	4,00	68	68,0	68,0	79,0
	5,00	21	21,0	21,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

EH1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	39	39,0	39,0	39,0
	5,00	61	61,0	61,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

EH2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	70	70,0	70,0	70,0
	5,00	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

EH3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	54	54,0	54,0	54,0
	5,00	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

EH4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	27	27,0	27,0	27,0
	5,00	73	73,0	73,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

EH5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	78	78,0	78,0	78,0
	5,00	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

EH6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	40	40,0	40,0	40,0
	5,00	60	60,0	60,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

EH7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	68	68,0	68,0	68,0
	5,00	32	32,0	32,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

EH8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	25	25,0	25,0	25,0
	5,00	75	75,0	75,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

EH9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	30	30,0	30,0	30,0
	5,00	70	70,0	70,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

EH10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	29	29,0	29,0	29,0
	5,00	71	71,0	71,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

TK1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	38	38,0	38,0	38,0
	4,00	54	54,0	54,0	92,0
	5,00	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

TK2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	70	70,0	70,0	70,0
	5,00	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

TK3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	31	31,0	31,0	31,0
	4,00	41	41,0	41,0	72,0
	5,00	28	28,0	28,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

TK4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	53	53,0	53,0	53,0
	5,00	47	47,0	47,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

TK5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	31	31,0	31,0	31,0
4,00	59	59,0	59,0	90,0
5,00	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

TK6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	31	31,0	31,0	31,0
4,00	14	14,0	14,0	45,0
5,00	55	55,0	55,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

TK7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	13	13,0	13,0	13,0
4,00	70	70,0	70,0	83,0
5,00	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

TK8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	43	43,0	43,0	43,0
4,00	55	55,0	55,0	98,0
5,00	2	2,0	2,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

TK9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	31	31,0	31,0	31,0
4,00	47	47,0	47,0	78,0
5,00	22	22,0	22,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

TK10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	37	37,0	37,0	37,0
	4,00	44	44,0	44,0	81,0
	5,00	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RK1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	8	8,0	8,0	8,0
	4,00	76	76,0	76,0	84,0
	5,00	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RK2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	31	31,0	31,0	31,0
	4,00	6	6,0	6,0	37,0
	5,00	63	63,0	63,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RK3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	25	25,0	25,0	25,0
	4,00	34	34,0	34,0	59,0
	5,00	41	41,0	41,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RK4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	27	27,0	27,0	27,0
	4,00	33	33,0	33,0	60,0
	5,00	40	40,0	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RK5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	34	34,0	34,0	34,0
	4,00	53	53,0	53,0	87,0
	5,00	13	13,0	13,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RK6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	52	52,0	52,0	52,0
	4,00	13	13,0	13,0	65,0
	5,00	35	35,0	35,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RK7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	51	51,0	51,0	51,0
	4,00	23	23,0	23,0	74,0
	5,00	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RK8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	53	53,0	53,0	53,0
	4,00	23	23,0	23,0	76,0
	5,00	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RSK1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	7	7,0	7,0	7,0
	4,00	86	86,0	86,0	93,0
	5,00	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RSK2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	7	7,0	7,0	7,0
	4,00	50	50,0	50,0	57,0
	5,00	43	43,0	43,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RSK3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	28	28,0	28,0	28,0
	4,00	39	39,0	39,0	67,0
	5,00	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RSK4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	26	26,0	26,0	26,0
	4,00	30	30,0	30,0	56,0
	5,00	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RSK5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	26	26,0	26,0	26,0
	4,00	65	65,0	65,0	91,0
	5,00	9	9,0	9,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RSK6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	25	25,0	25,0	25,0
	4,00	25	25,0	25,0	50,0
	5,00	50	50,0	50,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

RSK7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	28	28,0	28,0	28,0
4,00	47	47,0	47,0	75,0
5,00	25	25,0	25,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

RSK8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	33	33,0	33,0	33,0
4,00	55	55,0	55,0	88,0
5,00	12	12,0	12,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

AK1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	49	49,0	49,0	49,0
4,00	18	18,0	18,0	67,0
5,00	33	33,0	33,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

AK2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	48	48,0	48,0	48,0
4,00	27	27,0	27,0	75,0
5,00	25	25,0	25,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

AK3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	42	42,0	42,0	42,0
4,00	33	33,0	33,0	75,0
5,00	25	25,0	25,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

AK4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	40	40,0	40,0	40,0
4,00	28	28,0	28,0	68,0
5,00	32	32,0	32,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

AK5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	39	39,0	39,0	39,0
4,00	54	54,0	54,0	93,0
5,00	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

AK6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	31	31,0	31,0	31,0
4,00	29	29,0	29,0	60,0
5,00	40	40,0	40,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

AK7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	29	29,0	29,0	29,0
4,00	61	61,0	61,0	90,0
5,00	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

AK8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	40	40,0	40,0	40,0
4,00	58	58,0	58,0	98,0
5,00	2	2,0	2,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

AK9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	36	36,0	36,0	36,0
4,00	44	44,0	44,0	80,0
5,00	20	20,0	20,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

AK10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	48	48,0	48,0	48,0
4,00	36	36,0	36,0	84,0
5,00	16	16,0	16,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

EK1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	39	39,0	39,0	39,0
4,00	27	27,0	27,0	66,0
5,00	34	34,0	34,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

EK2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4,00	85	85,0	85,0	85,0
5,00	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

EK3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	45	45,0	45,0	45,0
4,00	30	30,0	30,0	75,0
5,00	25	25,0	25,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

EK4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	45	45,0	45,0	45,0
	4,00	16	16,0	16,0	61,0
	5,00	39	39,0	39,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

EK5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	11	11,0	11,0	11,0
	4,00	79	79,0	79,0	90,0
	5,00	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

EK6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	13	13,0	13,0	13,0
	4,00	53	53,0	53,0	66,0
	5,00	34	34,0	34,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

EK7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	45	45,0	45,0	45,0
	4,00	39	39,0	39,0	84,0
	5,00	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

EK8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	41	41,0	41,0	41,0
	4,00	16	16,0	16,0	57,0
	5,00	43	43,0	43,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

EK9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	40	40,0	40,0	40,0
	4,00	22	22,0	22,0	62,0
	5,00	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

EK10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	40	40,0	40,0	40,0
	4,00	21	21,0	21,0	61,0
	5,00	39	39,0	39,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

