

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUASAN PESERTA BPJS
CABANG BANDA ACEH
(PENDEKATAN METODE *SERVICE QUALITY*)**



Disusun Oleh:

**DEWI ARNITA
NIM. 140604002**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019 M/1440 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dewi Arnita
NIM : 140604002
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 mempertanggungjawabkan.**
- 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 dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan 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 Banda Aceh.

Demikian Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 16 Januari 2020
Yang Menyatakan,



Dewi Arnita

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI


Analisis Kepuasan Peserta BPJS Cabang Banda Aceh (Pendekatan Metode *Service Quality*)

Diajukan Oleh:

Dewi Arnita
NIM. 140604002

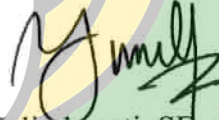
Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Marwiyati, SE., M.M.
NIP. 197404172005012002

Pembimbing II,



Yulindawati, SE., M.M.
NIP. 197907132014112002

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Ekonomi

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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Analisis Kepuasan Peserta BPJS Cabang Banda Aceh
(Pendekatan Metode *Service Quality*)**

Dewi Armita
NIM. 140604002

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata satu (S-1) dalam Bidang
Ilmu Ekonomi

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 16 Januari 2020
20 Jumadil Awal 1441 H

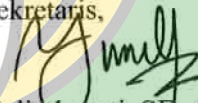
Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,



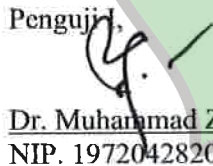
Marwiyati, SE., M.M.
NIP. 197404172005012002

Sekretaris,




Yulindawati, SE., M.M.
NIP. 197907132014112002

Penguji I,



Dr. Muhammad Zuhilmi, S. Ag., M. A.
NIP. 197204282005011003


Penguji II,



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 : Dewi Armita
NIM : 140604002
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ilmu Ekonomi
E-mail : 140604002@student.ar-raniry.ac.id

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 KKU Skripsi

yang berjudul :

Analisis Kepuasan Peserta BPJS Cabang Banda Aceh (Pendekatan 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 :

Pada tanggal :

Mengetahui

Penulis,

Dewi Armita
NIM. 140604002

Pembimbing I,

Marwiyati, SE., M.M.
NIP. 197404172005012002

Pembimbing II,

Yulindawati, SE., M.M.
NIP. 197907132014112002

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam. dengan rahmat, hidayah dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul penelitian “Analisis Kepuasan Peserta Bpjs Cabang Banda Aceh(Pendekatan Metode *Service Quality*)”.

Skripsi ini disusun dengan maksud guna memenuhi persyaratan untuk gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ilmu Ekonomi pada Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam rangka penyelesaian penyusunan skripsi ini, terutama kepada yang terhormat :

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry
2. Dr. Hafas Furqani. M.Ec. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan sekaligus sebagai Pembimbing Akademik (PA) terimakasih atas bimbingannya selama ini.
3. Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si. selaku Ketua program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry dan terimakasih atas bimbingannya selama ini yang dengan kesabarannya telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

4. Marwiyati. SE., MM. Selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry sekaligus dosen Pembimbing 1 yang dengan kesabarannya telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Yulindawati, SE., M. M. Selaku dosen Pembimbing 2 yang dengan kesabarannya telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh staf pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Kedua orangtua tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, waktu dan doa serta dorongan moril maupun materil yang tak terhingga.
8. Teman-teman seperjuangan Program Studi Ilmu Ekonomi 2014 yang telah memberikan sumbangan pikiran dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan 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. Harapan penulis semoga

skripsi ini dapat berguna bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan umumnya dan masyarakat yang terkait khususnya.

Banda Aceh, 27 November 2019
Penulis



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	Z	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 dan ya</i>	Ai
◌ِ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*
 هول : *haua*

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 dan alif atau ya</i>	Ā
◌ِ ي	<i>Kasrah dan ya</i>	Ī
◌ُ ي	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ :qāla

رَمَى :ramā

قِيلَ :qīla

يَقُولُ :yaqūlu

4. Ta Marbutoh (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 marbutoh (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : raudah al-atfāl/ raudatulatfāl

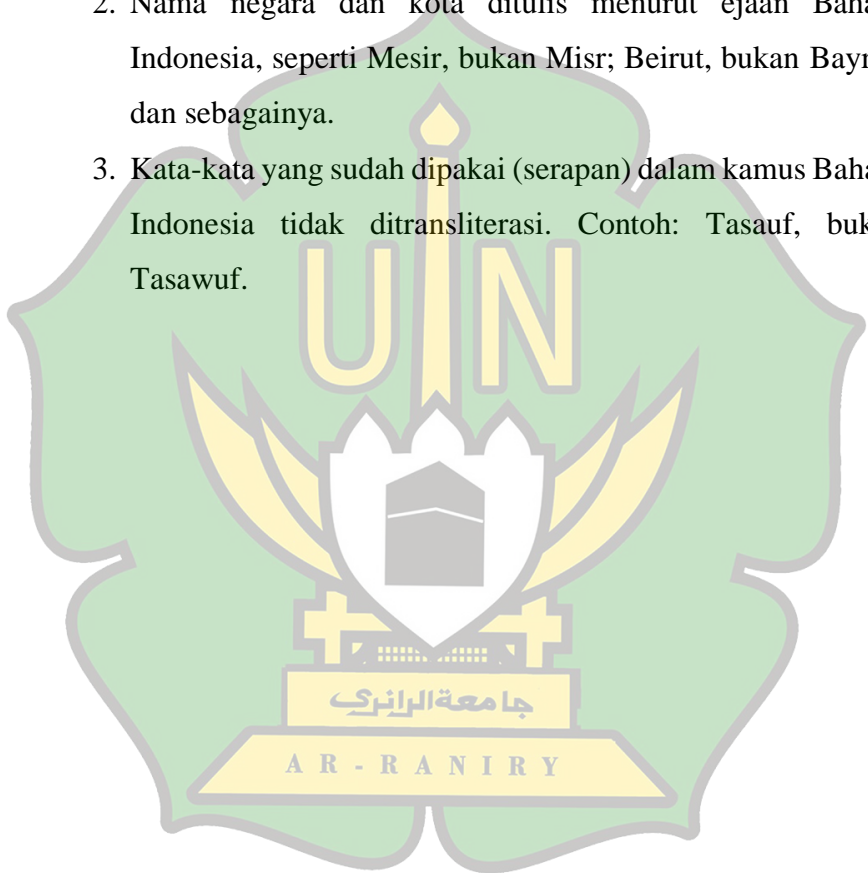
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : al-Madīnah al-Munawwarah/
al-MadīnatulMunawwarah

طَلْحَةَ : Ṭal ḥah

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 : Dewi Arnita
NIM : 140604002
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmu
Ekonomi
Judul : Analisis Kepuasan Peserta BPJS
Cabang Banda Aceh (Pendekatan
Metode *Service Quality*)
Pembimbing I : Marwiyati, SE., M.M.
Pembimbing II : Yulindawati, SE., M. M

Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan.. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap. Penilaian kualitas pelayanan, yaitu *reliability*, *responsiveness*, dan *emphaty*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Untuk mengetahui seberapa besar perbedaan antara nilai harapan dan kenyataan ditinjau dari dimensi keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap. Penilaian kualitas pelayanan, yaitu *reliability*, *responsiveness*, dan *emphaty*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan model model *servqual* mencakup perhitungan perbedaan diantara nilai yang berikan para peserta BPJS untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan harapan dan persepsi. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas layanan jasa berdasarkan gap 1-4 diperoleh hasil bahwa kelima variabel *tangible*, *emphaty*, *responsiveness*, *reliability* dan *assurance* sudah dikategorikan sangat sesuai dengan nilai 100%. Artinya karyawan sudah bisa membaca apa yang diharapkan oleh masyarakat sehingga kualitas layanan sudah sesuai dengan apa yang diharapkan masyarakat sehingga hasilnya memuaskan.

Kata Kunci : *reliability*, *responsiveness*, dan *emphaty*, kepuasan

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL SKRIPSI .	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN TRANSLITERASI	x
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Kepuasan.....	12
2.1.1 Dimensi Kepuasan.....	13
2.1.2 Metode Pengukuran Kepuasan.....	14
2.1.3 Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan	19
2.1.4 Indikator Kepuasan.....	20
2.2 Kualitas Pelayanan.....	21
2.2.1 Faktor-faktor Kualitas Pelayanan	22
2.2.2 Metode Pengukuran Kualitas Pelayanan	23
2.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan	25
2.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan	26
2.3 Penelitian Sebelumnya.....	27
2.4 Keterkaitan Variabel	31
2.5 Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis Penelitian	35

3.2 Lokasi dan Subjek Penelitian	35
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	36
3.6 Skala Pengukuran	36
3.7 Definisi Operasional	37
3.8 Teknik Analisa Data	40
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.9 Perhitungan Nilai <i>Servqual</i>	41
3.9.1 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan	44
4.2 Karakteristik Responden	45
4.3 Metode Analisis Data	46
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	52
4.4.1 Pengujian Validitas	52
4.4.2 Pengujian Reliabilitas	54
4.5 Perhitungan Nilai Kenyataan yang diterima Peserta BPJS Cabang Banda Aceh	55
4.6 Perhitungan Nilai Harapan yang diterima Peserta BPJS Cabang Banda Aceh	56
4.7 Perhitungan Nilai <i>Servqual</i>	57
4.7.1 Perhitungan Tingkat Kesesuaian Peritem Pernyataan	59
4.7.2 Perhitungan Tingkat Kesesuaian Total (TK ₁) antara X dan Y	61
4.7.3 Hasil Perhitungan Nilai Gap Berdasarkan Lima Dimensi <i>Servqual</i>	62
4.7.4 Diagram IPA <i>Importance Performance Analysis</i>	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Peserta Badan Pelayanan Jaminan Kesehatan Banda Aceh.....	7
Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya	28
Tabel 3.1	Skala Pengukuran	37
Tabel 3.2	Operasional Variabel Penelitian	37
Tabel 4.1	Karakteristik Responden	45
Tabel 4.2	Variabel Pernyataan	47
Tabel 4.3	Interpretasi Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden	
Tabel 4.4	Rekapitulasi Kenyataan Peserta BPJS	50
Tabel 4.5	Rekapitulasi Harapan Peserta BPJS Kesehatan ..	51
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Kenyataan dan Harapan Peserta BPJS	53
Tabel 4.7	Reliabilitas Kenyataan dan Harapan Peserta BPJS	55
Tabel 4.8	Nilai Kenyataan Peserta BPJS	55
Tabel 4.9	Nilai Harapan Peserta BPJS	57
Tabel 4.10	Nilai Servqual	58
Tabel 4.11	Tingkat Kesesuaian Antara Kenyataan dan Harapan Peserta BPJS	60
Tabel 4.12	Kesesuaian Total	61
Tabel 4.13	Hasil Gap Lima Dimensi	62
Tabel 4.14	Hasil Perhitungan Diagram IPA pada kuadran A	65
Tabel 4.15	Hasil Perhitungan Diagram IPA pada kuadran B	66
Tabel 4.16	Hasil Perhitungan Diagram IPA pada kuadran C	67
Tabel 4.17	Hasil Perhitungan Diagram IPA pada Kuadran D	68

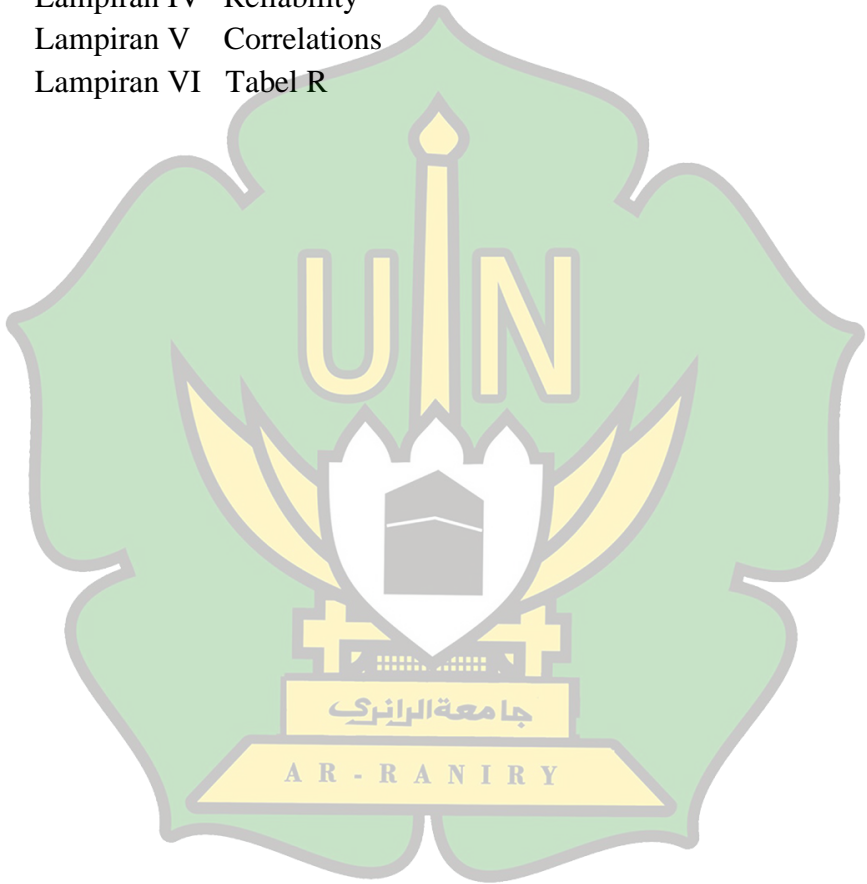
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	17
Gambar 2.2 Skema Kerangka Pemikiran	36
Gambar 3.1 Diagram IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	43
Gambar 4.1 Diagram IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	64



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuesioner
- Lampiran II Tabulasi Data
- Lampiran III Frequency Tabel
- Lampiran IV Reliability
- Lampiran V Correlations
- Lampiran VI Tabel R



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pelayanan merupakan suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan. Pelayanan yang baik tidak hanya diukur dari kemewahan fasilitas, kelengkapan teknologi dan penampilan fisik akan tetapi dari sikap dan perilaku pegawai harus mencerminkan profesionalisme dan mempunyai komitmen tinggi. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Secara umum, konsep kualitas pelayanan kini sepertinya sudah menjadi “harga yang harus dibayar” oleh perusahaan agar tetap *survive* dalam bisnisnya. Pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia (Sinambela, 2010:3). Konsep kualitas pelayanan dapat pula dipahami melalui “*consumer behaviour*” (perilaku konsumen) yaitu perilaku yang dimainkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan dan mengevaluasi suatu produk pelayanan yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhannya dengan kepuasan.

Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan

dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Sebagai penyedia jasa yang memberikan berbagai macam pelayanan bagi konsumen, maka kepuasan konsumen merupakan tujuan utama yang harus dipenuhi perusahaan. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya.

Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang (Lovelock dan Wirtz, 2011:74). Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang.

Kepuasan terjadi akibat dari interaksi pelayanan yang diberikan, kepuasan suatu konsep yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen. Kepuasan disebut dengan kepuasan.

Meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan, akan mengakibatkan tuntutan peningkatan kepuasan atas pelayanan kesehatan. Mutu pelayanan kesehatan yang diberikan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan kesehatan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap pasien, makin sempurna kebutuhan dan tuntutan setiap pasien, makin baik pula mutu pelayanan kesehatan. Keputusan konsumen untuk mengkonsumsi atau tidak mengkonsumsi suatu barang/jasa dipengaruhi berbagai faktor, antara lain persepsinya terhadap kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan adanya interaksi yang kuat antara kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan.

Kepuasan pasien suatu hal yang abstrak dan hasilnya sangat bervariasi karena pada dasarnya sangat tergantung kepada masing-masing persepsi individu. Semakin meningkatnya tuntutan masyarakat akan kualitas pelayanan kesehatan, maka fungsi pelayanan perlu ditingkatkan untuk memberi kepuasan pasien dengan tingkat layanan yang diharapkan. Kepuasan pasien merupakan cerminan kualitas pelayanan kesehatan yang mereka terima. Mutu pelayanan kesehatan merujuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan kesehatan dalam menimbulkan rasa puas pada diri setiap pasien. Makin sempurna kepuasan tersebut, makin baik pula mutu pelayanan kesehatan. Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan

tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Jika ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya dengan melakukan pelayanan yang berkualitas.

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap. Penilaian kualitas pelayanan, yaitu *reliability*, *responsiveness*, dan *emphaty*. *Reliability*, yaitu kemampuan tenaga kesehatan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat waktu dan memuaskan. *Responsiveness*, yaitu kemampuan para tenaga kesehatan untuk membantu pasien dan memberikan pelayanan yang tanggap. *Emphaty* mencakup kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pasien. (Abidin, 2016). Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Metode pengukuran kualitas layanan yang banyak digunakan secara luas adalah metode *servqual*. *Servqual* berasal dari kata *Service Quality* yang artinya kualitas layanan. Metode *servqual* didasarkan pada *Gap Model* yang dikembangkan oleh Parasuraman.

Metode *servqual* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan oleh pelanggan (Ristha,2016).

Putri(2017) melakukan penelitian pengaruh kualitas pelayanan BPJS kesehatan terhadap kepuasan pengguna perspektif dokter Rumah Sakit Hermina Bogor. Penelitian menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan hal yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna pelayanan. Variabel kualitas pelayanan dapat dihubungkan dengan kepuasan yaitu *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan, Emphaty* dengan menggunakan metode *servqual*. Dari penelitian dan perhitungan yang dilakukan dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan dari pelayanan yang telah diberikan oleh BPJS Kesehatan masih berada dibawah harapan pengunjung. Namun Marhenta (2017) melakukan penelitian yang sama dengan judul Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan BPJS dan Karakteristik Pasien Terhadap Kepuasan Pasien di Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antar kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta BPJS pasien rawat inap di Puskesmas Cempae Kota Parepare.

Septia (2017) juga pernah melakukan penelitian mengenai kepuasan peserta BPJS dengan metode *servqual* hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan peserta BPJS terhadap kualitas pelayanan BPJS kesehatan di Rumah Sakit Abdul Moeloek provinsi

Lampung dengan menggunakan metode *servqual* meliputi *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* masyarakat belum merasa puas. Hal ini ditandai dengan kualitas pelayanan rumah sakit yang masih kurang memuaskan. Sehingga pelayanan rumah sakit masih perlu diperbaiki. Triwardani (2014) juga pernah meneliti pelayanan terhadap kepuasan yang dihitung dengan metode *servqual*. Hasil penelitian menjelaskan bahwa dalam mengukur kualitas jasa dengan metode *servqual* pertama *tangibles*, *reliability*, *responvennes*, *assurenace* dan *emphaty* memiliki kepuasan yang baik.

Kelima karakteristik kesehatan Jaminan Kesehatan Nasional adalah jaminan berupa perlindungan kesehatan agar peserta memperoleh manfaat pemeliharaan kesehatan dan perlindungan dalam memenuhi kebutuhan dasar kesehatan yang diberikan kepada setiap orang. Pemerintahan telah mengambil kebijakan strategis untuk memberlakukan JKN yang diselenggarakan oleh BPJS. Sejak 1 Januari 2014 program ini telah resmi diberlakukan diseluruh daerah di Indonesia.

Saat ini masyarakat Indonesia khususnya Banda Aceh dipastikan telah terdaftar menjadi peserta BPJS kesehatan. Berikut jumlah peserta BPJS Kesehatan Banda Aceh.

Tabel 1.1
Jumlah Peserta Badan Pelayanan Jaminan Kesehatan
Banda Aceh

No	Tahun	Jumlah
1	2014	1.170.965
2	2015	1.340.054
3	2016	1.539.877
4	2017	2.783.446
5	2018	2.904.540
Total		9.738.882

Sumber: BPJS Banda Aceh, 2019

Pada tahun 2014 peserta BPJS di Banda Aceh tercatat sebanyak 1.170.965 peserta, ditahun 2015 meningkat menjadi 1.340.054. peserta BPJS selalu terjadi peningkatan disetiap tahunnya. Di tahun 2016, kembali meningkat sebanyak 1.539.877, tahun 2017 meningkat menjadi 2.783.446 dan tahun 2017 meningkat lagi menjadi 2.904.540 kepesertaanya. Melihat jumlah peserta BPJS yang makin meningkat di setiap tahunnya, maka kualitas pelayanan dari BPJS harus sangat diperhatikan.

Kepuasan pelanggan sangat perlu untuk diperhatikan, kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Sebagai lembaga penyelenggara jaminan kesehatan harus dapat memenuhi kebutuhan pasien agar program tersebut dapat berjalan dengan efektif. Pelayanan kesehatan yang berkualitas merupakan pelayanan kesehatan yang dapat memuaskan setiap pemakai jasa pelayanan kesehatan sesuai dengan tingkat kepuasan rata-rata penduduk serta penyelenggaraanya sesuai dengan kode etik dan standar pelayanan profesi yang ada.

Melihat dari sisi penerima pelayanan atau pelanggan dalam mengevaluasi kesenjangan antara harapan dan persepsi terhadap kualitas jasa pelayanan kesehatan yang diberikan. Kesenjangan merupakan ketidaksesuaian antara pelayanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dan pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Kesenjangan diakibatkan oleh ketidaktahuan manajemen atas pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan. Oleh karena itu untuk mengukur kesenjangan tersebut, secara teoritis model yang dapat digunakan adalah model *SERVQUAL* yang terdiri dari dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati,

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “**Analisis Kepuasan Peserta BPJS Cabang Banda Aceh (Pendekatan Metode *Service Quality*)**”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar perbedaan antara nilai harapan dan kenyataan ditinjau dari dimensi *Tangible*
2. Seberapa besar perbedaan antara nilai harapan dan kenyataan ditinjau dari dimensi *Reliability*
3. Seberapa besar perbedaan antara nilai harapan dan kenyataan ditinjau dari dimensi *Responsiveness*
4. Seberapa besar perbedaan antara nilai harapan dan kenyataan ditinjau dari dimensi *Assurance*

5. Seberapa besar perbedaan antara nilai harapan dan kenyataan ditinjau dari dimensi *Emphaty*

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa besar perbedaan antara nilai harapan dan nilai kenyataan yang dirasakan oleh peserta BPJS cabang Banda Aceh ditinjau dari:

1. Untuk mengetahui seberapa besar perbedaan antara nilai harapan dan kenyataan ditinjau dari dimensi *Tangible*
2. Untuk mengetahui seberapa besar perbedaan antara nilai harapan dan kenyataan ditinjau dari dimensi *Reliability*
3. Untuk mengetahui seberapa besar perbedaan antara nilai harapan dan kenyataan ditinjau dari dimensi *Responsiveness*
4. Untuk mengetahui seberapa besar perbedaan antara nilai harapan dan kenyataan ditinjau dari dimensi *Assurance*
5. Untuk mengetahui seberapa besar perbedaan antara nilai harapan dan kenyataan ditinjau dari dimensi *Emphat*

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka manfaat penelitian ini adalah:

- a. Manfaat praktis:
 1. Tambahannya literatur bagi akademik dalam ilmu Ekonomi berkaitan dengan kepuasan Peserta Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan Cabang Banda Aceh
 2. Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.
- b. Manfaat teoritis:

1. Dapat menambah pengetahuan dan baik bagi penulis maupun pembaca tentang teori kepuasan konsumen dengan metode *service quality*
2. Dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pada Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan Cabang Banda Aceh untuk meningkatkan pelayanan

1.5 Sistematika Penulisan

Hasil penelitian ini akan disusun dalam bentuk skripsi dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan

BAB II LANDASAN TEORI

Bab landasan teori ini berisi tentang kerangka teori, temuan penelitian terkait, model penelitian atau kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian ini berisi tentang jenis penelitian, data dan Teknik pemerolehan data, dan Teknik pengumpulan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab hasil penelitian dan pembahasan ini memuat deskripsi penelitian objek penelitian, hasil analisis serta pembahasan secara mendalam tentang hasil temuan dan menjelaskan implikasinya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutupan dari pembahasan skripsi yang memuat kesimpulan dan saran atau rekomendasi.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kepuasan

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) “Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Tjiptono (2012:301), kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

Definisi kepuasan pelanggan menurut Kotler (2014:150) yaitu perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Atau reaksi emosional terhadap mutu pelayanan yang dirasakan dan kualitas pelayanan yang dirasakan merupakan pendapat menyeluruh atau sikap yang berhubungan dengan keutamaan pelayanan. Dengan kata lain kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan yang dipandang dari kepentingan konsumen dalam hal ini adalah pasien.

2.1.1 Dimensi Kepuasan

Tjiptono (2012:311) kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Kepuasan pelanggan bukanlah konsep absolut, melainkan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan pelanggan.

Menurut (Zeithaml 2003:162) terdapat empat faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan, yaitu sebagai berikut :

- a. Apa yang telah didengar pelanggan dari pelanggan lainnya (*word of mouth communication*). Dimana hal ini merupakan faktor potensial yang menentukan ekspektasi pelanggan tersebut. Sebagai contoh, seorang pelanggan memiliki perusahaan yang diharapkan dapat memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi berdasarkan rekomendasi dari teman-teman atau tetangganya
- b. Ekspektasi pelanggan sangat bergantung dari karakteristik individu dimana kebutuhan pribadi (*personnel needs*)
- c. Pengalaman masa lalu (*past experience*) dalam menggunakan pelayanan dapat juga mempengaruhi tingkat ekspektasi pelanggan
- d. Komunikasi dengan pihak eksternal (*external communication*) dari pemberi layanan memainkan peranan

kunci dalam membentuk ekspektasi pelanggan. Berdasarkan *External communication*, perusahaan pemberi layanan dapat memberikan pesan-pesan secara langsung maupun tidak langsung kepada pelanggannya. Sebagai contoh dari pengaruh adanya *external communication* adalah harga dimana biaya pelayanan sangat berperan penting dalam membentuk ekspektasi pelanggan.

Dengan demikian, kemungkinan antara ekspektasi pelanggan dan kualitas pelayanan (jasa) yang diterimanya adalah Pelanggan menjadi senang jika kualitas pelayanan yang diterima lebih baik dari perkiraannya. Pelanggan menjadi biasa saja jika kualitas pelayanan yang terima sama dengan perkiraannya. Pelanggan menjadi kecewa jika kualitas pelayanan yang diterima lebih jelek dari perkiraannya.

2.1.2 Metode Pengukuran Kepuasan

Menurut Tjiptono... (2012:311) kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Kepuasan pelanggan bukanlah konsep absolut, melainkan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan pelanggan. Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan perusahaan pesaing. Ada 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan meliputi kotak saran yang di letakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, saluran telepon khusus dan sebagainya. Tetapi karena metode ini cenderung pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan dan tidak kepuasan pelanggan.

b. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan di lakukan dengan menggunakan metode survei baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi

c. *Ghost Shopping Metode*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*Ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan produk potential provider dan pesaing, kemudian mereka menyampaikan temuan-temuan ini berdasarkan pengalaman mereka

d. *Lost Customer Analysis*

berusaha menghubungi pelanggan yang telah beralih ke tempat pelayanan yang lain, yang diharapkan adalah informasi penyebab mereka beralih.

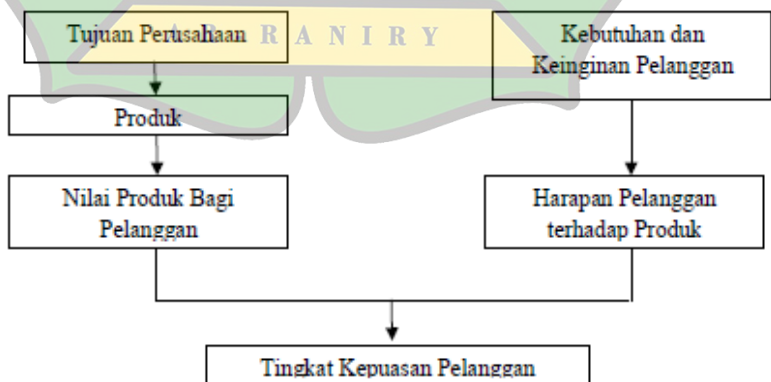
Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya (Azhari, 2011):

- a. *Directly Reported Satisfaction*, pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan
- b. *Derived Dissatisfaction*, pertanyaan yang di ajukan menyangkut 2 hal utama, yaitu besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang telah mereka rasakan atau terima
- c. *Problem Analysis*, pelanggan yang dijadikan responden, diminta untuk mengungkapkan 2 hal pokok yaitu: masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari manajemen perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan
- d. *Importance-Performance Analysis*, dalam tehnik ini responden diminta meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu juga, responden diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen tersebut
- e. *Ghost shopping*, metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga datang melihat langsung bagaimana

karyawan berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya baru melakukan penilaian akan menjadi bias

- f. *Lost customer analysis*, pihak perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang sudah berhenti menjadi pelanggan atau beralih ke perusahaan lain. Yang diharapkan adalah memperoleh informasi bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Pelayanan yang baik terhadap konsumen merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan. Namun, tidak sedikit dari perusahaan yang belum memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumennya. Konsep ini hampir pasti selalu hadir di buku teks standar yang mengupas strategi bisnis dan pemasaran. Slogan dan motto perusahaan juga menyinggungnya (Tjiptono, 2012:310). Secara konseptual kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1 : Konsep Kepuasan Pelanggan

Pelanggan yang sangat puas akan tetap setia lebih lama, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk-produk yang ada, membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produknya, memberi perhatian yang lebih sedikit pada merek dan iklan para pesaing serta kurang peka terhadap harga, menawarkan gagasan tentang jasa atau produk kepada perusahaan, dan membutuhkan biaya pelayanan yang lebih kecil dibandingkan biaya pelayanan baru karena transaksinya rutin.

2.1.3 Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan

Jasa berbeda dengan barang, bila barang merupakan suatu objek, alat atau benda, sedangkan jasa adalah perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja atau usaha. Hal tersebut yang menyebabkan jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Setiap pelaku bisnis baik itu perusahaan maupun sektor publik, bertanggung jawab terhadap kepuasan konsumen atau pelanggan. Setiap pelaku jasa wajib berupaya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, jika pelanggan puas pasti akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk bisnis Anda di masa mendatang. Pelanggan akan menjadi loyal, pendapatan meningkat, kelangsungan bisnis terjamin, dan perusahaan Anda jadi lebih unggul di tengah persaingan.

Saat mengukur kepuasan, pelanggan pasti membandingkan antara apa yang diterimanya dan harapannya saat menggunakan produk atau jasa bisnis Anda. Tentu tidak mudah untuk memuaskan setiap pelanggan, karena subjektivitas penilaian setiap orang berbeda-beda.

Menurut Robbins & Coulter (2010:64), ada beberapa faktor yang dapat dalam meningkatkan kepuasan yaitu:

a. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas jika produk yang digunakannya berkualitas

b. Kualitas Pelayanan

Pelanggan ingin dilayani dengan baik sesuai yang diharapkannya. Terutama bagi perusahaan di bidang jasa, sangat penting untuk memperhatikan kualitas pelayanan, karena berpengaruh terhadap persepsi pelanggan. Pelanggan yang puas kemungkinan besar akan kembali menggunakan produk/jasa yang sama

c. Emosional

Ada pelanggan yang merasa puas secara emosional setelah menggunakan produk/jasa. Pelanggan merasa jika orang lain akan merasa kagum padanya. Kepuasan tersebut berkaitan dengan nilai sosial yang membuat pelanggan bangga dan puas dengan suatu merek tertentu.

d. Harga

Kepuasan pelanggan juga ditentukan oleh harga. Pelanggan akan membandingkan harga antara beberapa brand. Jika produk/jasa memiliki harga yang relatif lebih murah tapi memiliki kualitas, maka pelanggan akan merasa puas.

e. Kemudahan

Pelanggan ingin mendapatkan suatu produk/jasa dengan mudah. Makanya banyak perusahaan yang menjanjikan kemudahan dalam proses pembelian karena tidak ingin membuang banyak waktu pelanggan untuk membelinya

f. Pengalaman Pribadi

Pelanggan akan membandingkan pengalamannya saat menggunakan produk. Pelanggan juga akan membandingkan pengalaman pertamanya saat menggunakan produk Anda dengan pengalaman terbaru saat kembali menggunakannya

g. Pengalaman Orang Lain

Jika pelanggan mendapatkan rekomendasi dari temannya atau membaca testimoni dari orang lain, tentu pelanggan akan punya ekspektasi tertentu terhadap produk. Pengalaman orang lain akan mempengaruhi minat dan persepsinya

h. Iklan

Cara membuat promosi dan melakukan pemasaran akan mempengaruhi ekspektasi pelanggan

2.1.4 Indikator Kepuasan

Menurut teori Kotler dalam jurnal Suwardi (2011), menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Indikator Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari :

- a. *Re-purchase* yaitu membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa.

- b. Menciptakan *Word-of-Mouth* yaitu Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain
- c. Menciptakan Citra Merek yaitu Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing
- d. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama yaitu Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

2.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan kemampuan sebuah produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas berarti memenuhi kebutuhan, keinginan dan selera pelanggan. Setiap orang dalam organisasi hendaknya memandang orang lain sebagai rekannya yang dapat dilihat dan dihargai sebagai bagian dari penentu berhasilnya melaksanakan kewajiban. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

Pengertian kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Lewis dan Booms yang dikutip oleh Tjiptono mengemukakan bahwa: "Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan".

Gasparz dalam sinambela (2006:6), kualitas mengacu kepada pengertian pokok:

- a. Kualitas terdiri atas sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan atraktif yang memenuhi keinginan pelanggan dan memberikan keputusan atau penggunaan produk
- b. Kualitas terdiri atas segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan
- c. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan
- d. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalinikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian organisasi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

2.2.1 Faktor-faktor Kualitas Pelayanan

Menurut Robbins & Coulter (2010:63) kualitas adalah kehandalan produk atau jasa untuk melakukan yang seharusnya dan memuaskan ekspektasi pelanggan. Ada beberapa faktor dalam kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Prosedur Pelayanan, yaitu kemudahan tahapan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan
- b. Persyaratan pelayanan, yaitu persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya

- c. Kejelasan petugas pelayanan, yaitu keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan (nama, jabatan serta kewenangan dan tanggung jawabnya)
- d. Kedisiplinan petugas pelayanan, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku
- e. Tanggung jawab petugas pelayanan, yaitu kejelasan wewenang dan tanggungjawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan
- f. Kemampuan petugas pelayanan, yaitu tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan / menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat
- g. Kecepatan pelayanan, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggaraan pelayanan
- h. Keadilan mendapatkan pelayanan, yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan / status masyarakat dilayani
- i. Kesopanan dan keramahan petugas, yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat secara sopan dan ramah serta menghargai dan menghormati
- j. Kenyamanan lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman

2.2.2 Metode Pengukuran Kualitas Pelayanan Jasa

Menilai kualitas jasa dapat dilihat dari seluruh faktor yang ada pada jasa itu sendiri. Ada lima dimensi pengukuran dalam kualitas jasa

menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry yang dikutip oleh Tjiptono dan Gregorius (2007:133), yaitu:

a. *Tangible*

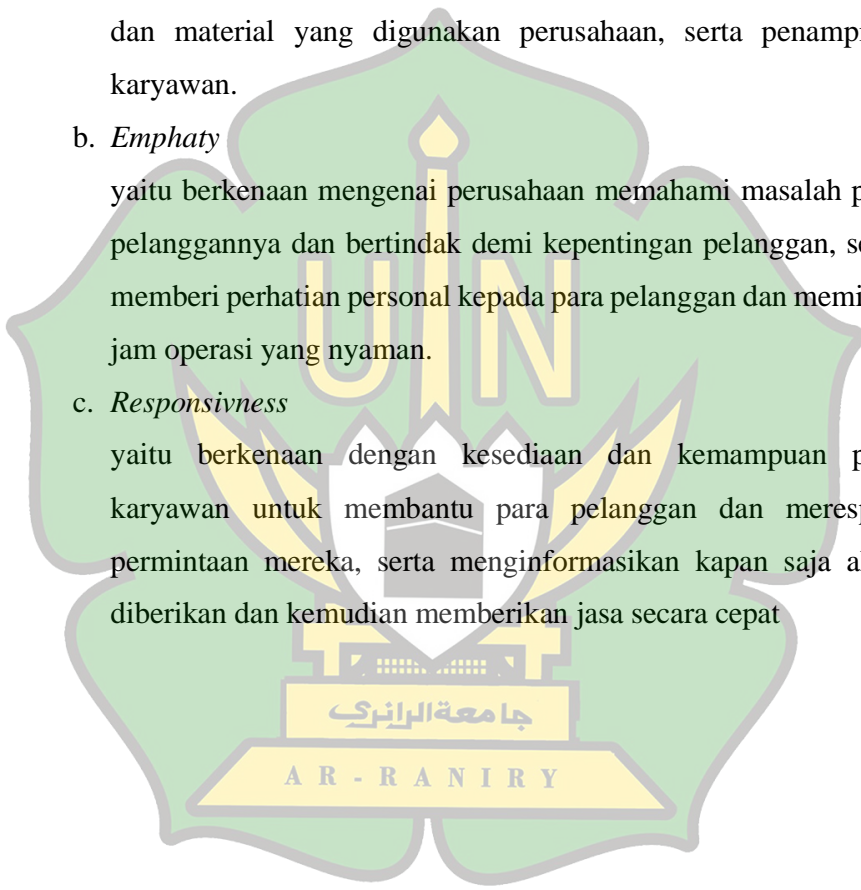
yaitu berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

b. *Emphaty*

yaitu berkenaan mengenai perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberi perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

c. *Responsivness*

yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat



d. *Reliability*

yaitu berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyajikan jasanya sesuai dengan waktu yang telah disepakati.

e. *Asurance*

yaitu perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan terhadap perusahaan, dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan pengetahuan yang dibutuhkan untuk setiap pertanyaan atas masalah pelanggan.

2.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Dalam pelaksanaan kualitas pelayanan terdapat beberapa aspek yang harus diperhatikan dalam pelaksanaannya. Dimensi kualitas jasa bisa saja tidak tersampaikan dengan baik dan mengalami kegagalan penyampaian jasa antara perusahaan dan pelanggan, karena berbedanya persepsi mereka tentang suatu pelayanan. Lima *gap*(kesenjangan) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas jasa sebagai berikut (Siswati, 2015):

a. Kesenjangan persepsi manajemen

Adanya perbedaan antara penilaian pelayan menurut jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa, kesenjangan ini terjadi karena kurangnya orientasi penelitian pemasaran, pemanfaatan yang tidak memadai atas penemuan penelitian dan kurangnya interaksi antara pihak manajemen

dengan pelanggan

b. Kesenjangan spesifikasi kualitas

Kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan ini terjadi karena tidak memadai komitmen manajemen terhadap kualitas jasa

c. Kesenjangan penyampaian jasa

Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*service delivery*)

d. Kesenjangan komunikasi pemasaran

Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal, Gap yang dirasakan adalah perbedaan persepsi antara jasa yang di rasakan dan yang diharapkan oleh penerima jasa

e. Kesenjangan dalam pelayanan yang di rasakan

Jika persepsi dan ekspektasi pelanggan mengenai kualitas pelayanan terbukti sama dan bahkan persepsi lebih baik dari ekspektasi maka perusahaan akan mendapatkan citra dan dampak positif, dan sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kesenjangan ini akan menimbulkan masalah.

2.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Konsep kualitas pelayanan merupakan cara untuk mengukur aktivitas pelayanan suatu organisasi melalui kinerja petugasnya terhadap konsumen sebagai pengguna jasa. Di dalam hal ini yang

perlu dipahami adalah bahwa pelayanan berupa suatu aktivitas yang dijalankan untuk memberi manfaat bagi konsumen sebagaimana yang ditawarkan oleh suatu organisasi atau perseorangan. Dalam Tjiptono & Diana (2012 : 232) dimensi kualitas pelayanan telah dijabarkan pada tabel di bawah ini.

a. *Reliability* (Realibilitas)

Menyediakan jasa sesuai yang disajikan

b. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa

c. *Assurance* (Jaminan)

Membuat pelanggan merasa aman

d. *Emphaty* (Empati)

Memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan

e. *Tangibilitas* (Bukti Fisik)

Fasilitas berdaya tarik

2.3 Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen telah banyak dilakukan oleh penelitian-penelitian sebelumnya, hasil dari penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini akan dibahas secara singkat untuk dapat mengetahui dan membandingkan hasil dari perbedaan dengan penelitian ini. Penelitian sebelumnya dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1
Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Suparti ningsih (2017)	Kualitas pelayanan keputusan pasien rumah sakit : kasus pada pasien rawat jalan	Metode <i>service quality</i>	variabel bukti fisik (<i>tangible</i>) , (<i>reliability</i>), daya tanggap (<i>responsiveness</i>) tidak mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pasien rumah sakit Sarila Husada Sragen pada pasien Rawat Jalan. jaminan (<i>assurance</i>) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rumah sakit (<i>emphaty</i>) tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rumah sakit	Sama-sama meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan	Memiliki perbedaan variabel independen dan populasi dimana tempat penelitian.

2.	Siswati 2015	Kualitas pelayanan kesehatan dengan kepuasan pasien bpjs di unit rawat inap rsud kota makassar.	Metode <i>service quality</i>	Ada hubungan reability, tangible, empathy, responsiveness, amenity dengan kepuasan pasien BPJS di unit rawat inap Rumah Sakit Umum Daerah Kota Makassar tahun 2015	Sama-sama meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan	Memiliki perbedaan populasi dimana tempat penelitian.
3	Abidin 2015	Pengaruh kualitas pelayanan BPJS kesehatan terhadap kepuasan pasien di puskesmas cempae kota Parepare	Metode <i>service quality</i>	ada pengaruh kehandalan, ketanggapan dan empati terhadap kepuasan peserta BPJS pasien rawat inap di Puskesmas Cempae Kota Parepare. Kesimpulan dari penelitian bahwa ada pengaruh kehandalan, ketanggapan dan empati terhadap kepuasan peserta BPJS pasien rawat inap di Puskesmas Cempae Kota Parepare	Sama-sama meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan	Memiliki perbedaan populasi dimana tempat penelitian.

4	Septia (2017)	Kepuasan Terhadap Kualitas Pelayanan Bpjs Kesehatan (Studi kasus di Rumah Sakit Abdul Moeloek Provinsi Lampung)	Metode <i>service quality</i>	Pada dimensi tangible. dapat disimpulkan bahwa Harapan lebih tinggi dari kenyataan, hal ini membuktikan bahwa tingkat kualitas keadaan ruang tunggu wc dan sanitasi serta yang lainnya dirasa masih kurang puas.	Sama-sama meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan	Memiliki perbedaan populasi dimana tempat penelitian.
5	Putri (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Bpjs Kesehatan Terhadap Kepuasan Pengguna Perspektif Dokter Rumah Sakit Hermina Bogor	Metode <i>service quality</i>	Berdasarkan analisis deskriptif, diperoleh hasil persepsi mengenai kualitas pelayanan, mayoritas responden tidak setuju dengan 5 variabel kualitas pelayanan (<i>Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance, dan Emphaty</i>). Hasil ini menunjukka	Sama-sama meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan	Memiliki perbedaan populasi dimana tempat penelitian.

				n bahwa variabel <i>tangible</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , dan <i>emphaty</i> dapat menjadi bahan evaluasi BPJS Kesehatan.		
--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Data Diolah, 2018

2.4 Keterkaitan Variabel

Tangibles, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Ini meliputi fasilitas fisik (Gedung, Gudang, dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya. Secara singkat dapat diartikan sebagai penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi, maka *Tangibles* dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Reliability atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan dengan akurasi tinggi. Secara singkat dapat diartikan sebagai

kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat, tepat waktu, dan dapat dipercaya. Maka *Reliability* dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan

Responsiveness, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Secara singkat dapat diartikan sebagai kemauan untuk membantu pelanggan dengan memberikan layanan yang baik dan cepat. Maka *Responsiveness* dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Assurance, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari komponen: komunikasi (*Communication*), kredibilitas (*Credibility*), keamanan (*Security*), kompetensi (*Competence*), dan sopan santun (*Courtesy*). Secara singkat dapat diartikan sebagai pengetahuan dan keramahan personil dan kemampuan personil untuk dapat dipercaya dan diyakini. Maka *Assurance* dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Empathy, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang

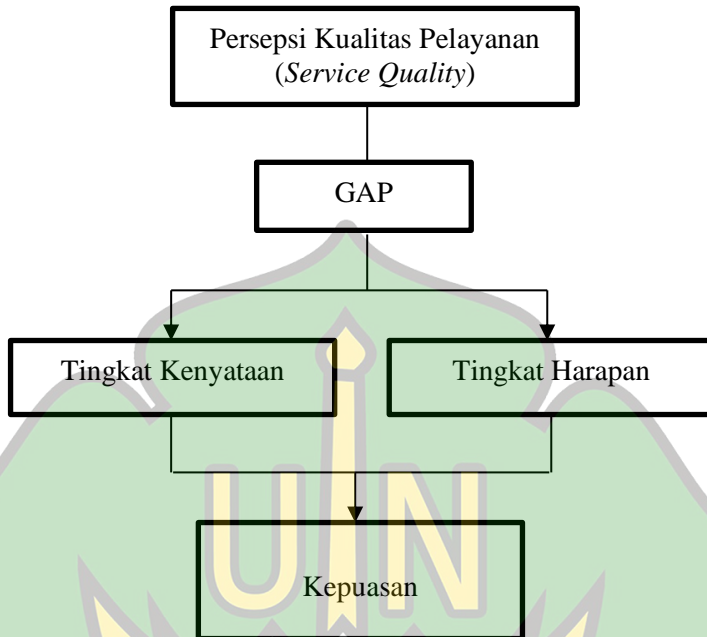
pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Secara singkat dapat diartikan sebagai usaha untuk mengetahui dan mengerti kebutuhan pelanggan secara individual. Maka *Empathy* dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pikiran dalam penelitian ini merupakan gambaran bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Faktor tersebut merupakan variabel independen, sedangkan kepuasan pelanggan merupakan variabel dependen. Kemudian variabel-variabel tersebut diukur tingkat signifikasinya dengan analisis regresi.

Rumah sakit dan puskesmas di Indonesia adalah bersifat sosial, dalam proses selanjutnya mengalami perubahan menjadi badan usaha yang bersifat sosial ekonomi. Sebagai suatu badan usaha, rumah sakit menciptakan dan mempertahankan para pelanggannya. Hampir semua aktivitas dalam rumah sakit di Indonesia diarahkan kepada program-program untuk meningkatkan kepuasan pelanggan untuk mengetahui kualitas pelayanan kesehatan maka harus diketahui apakah standar kualitas pelayanan dalam hal ini kepuasan Peserta Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan sudah berjalan dengan baik atau tidak.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.3 :
Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan :

Penelitian ini akan melihat apakah kualitas pelayanan terhadap kepuasan Peserta Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan Cabang Banda Aceh yang ditinjau dari lima dimensi yaitu *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *Reliability*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanasi dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian eksplanasi mengkaji sebab akibat antara 2 variabel atau lebih. Penelitian ini digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel melalui pengujian hipotesa.

3.2. Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kantor Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan (BPJS) Cabang Banda Aceh. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti yang telah berumur lebih dari 17 tahun. Untuk memperoleh data penulis menentukan orang-orang yang mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan penelitian sebagai informasi.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah data primer. Yaitu data yang diperoleh peneliti dari sumber asli, dalam hal ini data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada masyarakat Kota Banda Aceh yang menjadi peserta BPJS Kesehatan.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini bersumber dari pengumpulan data primer dilakukan dengan cara membagikan kuesioner yang telah dipersiapkan kepada masyarakat kota Banda Aceh yang menjadi peserta BPJS Kesehatan dengan umur lebih dari 17 tahun.

3.5. Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

Untuk mengetahui sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. *Probability sampling* adalah pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis *probability sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah *simple random sampling*.

Penelitian ini merupakan penelitian bivariat yang melibatkan sebuah variabel dependen dan sebuah variabel independen. Sehingga, pada penelitian ini, digunakan sampel menurut patokan umum, yang disebut “*rule of thumb*”. berdasarkan teori menurut Roscow (Sugiyono, 2009:256) ini, setiap penelitian yang datanya akan dianalisis secara statistik dengan analisis bivariat membutuhkan sampel minimal 30 subjek penelitian (Murti, 2010). Pada penelitian ini peneliti menggunakan sampel sebesar 100 sampel.

3.6. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang berbentuk *skalalikert*, yang digunakan untuk mengukur sikap, hanya saja bentuknya bukan pilhan ganda maupun *checklist*, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawaban sangat positifnya terletak dibagian kanan garis dan jawaban yang sangat negative terletak dibagian kiri garis atau sebaliknya. Data yang diperoleh adalah data interval dan skala

yang digunakan adalah untuk mengukur sikap/karakteristik tertentu yang dimiliki oleh seseorang (Sugiyono,2014:138).

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Pilihan	Score	Keterangan
STS	1	Sangat Tidak Setuju
TS	2	Tidak Setuju
KS	3	Kurang Setuju
S	4	Setuju
SS	5	Sangat Setuju

Sumber: Data Diolah (2019)

3.7. Definisi Operasional

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

Tabel 3.2
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	Daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi strategis 2. Adanya ruang tunggu yang nyaman 3. Memiliki fasilitas yang baik 4. Terdapat area parkir yang memadai 5. Memiliki pegawai yang bersih dan rapi 	Likert
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan	<ol style="list-style-type: none"> a. Memiliki sistem yang baik, sehingga memudahkan konsumen 	Likert

	<p>merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat</p>	<p>b. Memiliki pegawai dengan yang baik dalam menanggapi kebutuhan konsumen</p> <p>c. Pegawai ramah dalam melayani konsumen</p> <p>d. Pegawai sigap dalam menangani keluhan konsumen</p> <p>e. Prosedur tidak berbelit-belit</p>	
<p><i>Reability</i> (Keandalan)</p>	<p>Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyajikan jasanya sesuai dengan waktu yang telah disepakati</p>	<p>1. Pelayanan yang diberikan selalu tepat waktu</p> <p>2. Tidak membedakan setiap pelayanan yang diberikan</p> <p>3. Tidak pernah terjadi sistem error</p> <p>4. Antrian pelayanan tidak lama</p> <p>5. Pelayanan tidak memakan waktu lama</p>	<p>Likert</p>
<p><i>Assurance</i> (Jaminan)</p>	<p>Perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan terhadap perusahaan, dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman</p>	<p>1. Perusahaan bisa menjaga kerahasiaan data konsumen</p> <p>2. Konsumen merasa aman dan nyaman</p>	<p>Likert</p>

	<p>bagi para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan pengetahuan yang dibutuhkan untuk setiap pertanyaan atas masalah pelanggan</p>	<p>atas pelayanan yang diberikan</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Selalu tepat dalam penyajian kebutuhan yang dibutuhkan konsumen 4. Setiap permasalahan yang dijumpai selalu ada titik temu 5. Pegawai memiliki pengetahuan yang baik 	
<p><i>Emphaty</i> (Empati)</p>	<p>Perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberi perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pegawai mengenal konsumen dengan baik 2. Pegawai mengingat masalah konsumen 3. Pegawai selalu menjadi pendengar yang baik 4. Pegawai sangat ramah 5. Pegawai sangat sabar dalam menghadapi konsumen 	<p>Likert</p>

Sumber : Data Diolah (2019)

3.8. Teknik Analisis Data

3.8.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas adalah prosedur untuk memastikan apakah kuesioner yang akan dipakai untuk mengukur variabel penelitian valid atau tidak valid. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkap sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment*.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2 (\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana:

r_{xy} = Koefisien validitas

N = Banyaknya subjek

X = Nilai pembandingan

Y = Nilai dari instrumen yang akan dicari validitasnya.

Uji Reabilitas adalah uji yang merujuk kepada konsistensi skor yang dicapai saat penelitian dilakukan berulang-ulang. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha*.

$$r_n = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^n s_i^2}{s_t^2} \right)$$

Dimana:

r_n = koefisien reliabilitas

n = banyaknya butir soal

s_i^2 = varians skor soal ke-i

S_t^2 = varians skor total

3.9. Perhitungan Nilai *Servqual*

Menurut Zeithaml, et al, penelitian kualitas jasa menggunakan model *servqual* mencakup perhitungan perbedaan diantara nilai yang berikan para peserta BPJS untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan harapan dan persepsi. Skor *servqual* untuk setiap pasang pernyataan, bagi masing-masing peserta BPJS dapat dihitung berdasarkan rumus berikut:

$$\text{Skor } \textit{servqual} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$$

Kualitas jasa suatu perusahaan pada kelima dimensi tersebut dapat dihitung untuk semua responden, dengan cara menghitung rata-rata skor *servqual* mereka pada pernyataan-pernyataan yang mencerminkan setiap dimensi kualitas jasa (Tjiptono, 2014:284).

3.9.1. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan menghasilkan suatu diagram kartesius yang menunjukkan letak unsur-unsur yang dianggap mempengaruhi kepuasan. Suatu 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:

$$X_i = \frac{\sum X_i}{n}$$

dan

$$Y_i = \frac{\sum Y_i}{n}$$

dimana :

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

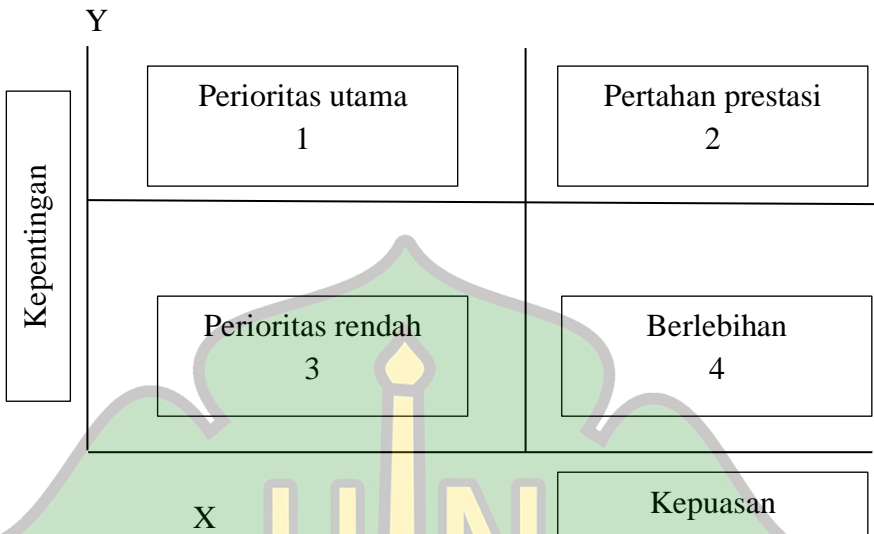
n : jumlah responden

dimana \bar{x} merupakan rata-rata dari skor tingkat kepuasan seluruh atribut dan \bar{y} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan dari seluruh atribut yang mempengaruhi kepuasan pasien. Maka rumus selanjutnya adalah:

$$x = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{x}}{k} \text{ dan } y = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{y}}{k}$$

Dimana :

K = banyaknya item yang mempengaruhi kepuasan peserta BPJS



Gambar 3.1
Diagram IPA

Keterangan :

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

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS) Kesehatan merupakan penyelenggara program jaminan sosial di bidang kesehatan yang merupakan salah satu dari lima program dalam Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN), yaitu Jaminan Kesehatan, Jaminan Kecelakaan Kerja, Jaminan Hari Tua, Jaminan Pensiun, dan Jaminan Kematian sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional. BPJS Kesehatan merupakan program pemerintah dalam kesatuan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) yang diresmikan pada tanggal 31 Desember 2013. Untuk BPJS Kesehatan mulai beroperasi sejak tanggal 1 Januari 2014,

Selain itu BPJS juga menjalankan fungsi pemerintahan (*governing function*) di bidang pelayanan umum (*public services*) yang sebelumnya sebagian dijalankan oleh badan usaha milik negara dan sebagian lainnya oleh lembaga pemerintahan. Gabungan antara kedua fungsi badan usaha dan fungsi pemerintahan itulah, yang dewasa ini, tercermin dalam status BPJS Kesehatan sebagai badan hukum publik yang menjalankan fungsi pelayanan umum di bidang penyelenggaraan jaminan sosial nasional. BPJS Kesehatan juga dibentuk dengan modal awal dibiayai dari APBN dan selanjutnya memiliki kekayaan tersendiri yang meliputi aset BPJS Kesehatan

dan aset dana jaminan sosial dari sumber-sumber sebagaimana ditentukan dalam undang-undang. Kewenangan BPJS Kesehatan meliputi seluruh wilayah Republik Indonesia dan dapat mewakili Indonesia atas nama negara dalam hubungan dengan badan-badan Internasional. Kewenangan ini merupakan karakteristik tersendiri yang berbeda dengan badan hukum maupun lembaga negara lainnya. Maka dari itu, BPJS Kesehatan merupakan salah satu bentuk Badan Hukum Milik Negara (BHMN), sehingga pelaksanaan tugasnya dipertanggungjawabkan kepada Presiden sebagai kepala pemerintahan negara.

4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini yaitu peserta Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS) Kota Banda Aceh dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	44	44%
	Perempuan	56	56%
Umur	< 20 tahun	7	7%
	20 – 29 tahun	25	25%
	30 – 39 tahun	24	24%
	40 – 49 tahun	22	22%
	> 50 tahun	22	22%
Total		100	100%
Pekerjaan	Pegawai Negeri	18	18%
	Pegawai Swasta	21	21%
	Buruh	18	18%
	Pelajar	10	10%
	Lainnya	33	33%

Total		100	100%
Pendidikan Terakhir	SD	-	-
	SMP	4	4%
	SMA	38	38%
	DIPLOMA	47	47%
	STRATA I	7	7%
	PASCA SARJANA	4	4%
Total		100	100%
Lama menjadi anggota BPJS	< 1 tahun	18	18%
	1 – 2 tahun	26	26%
	3 – 4 tahun	41	41%
	>5 tahun	15	15%
Total		100	100%

Sumber: Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.1, maka dapat dijelaskan bahwa rata-rata masyarakat yang berkunjung ke kantor BPJS berjenis kelamin perempuan, yaitu sebesar 56%, dan berumur rata-rata sekitar 20 – 29 tahun sebanyak 25%. Peserta yang sering berkunjung ke BPJS rata-rata memiliki pekerjaan hanya sebagai ibu rumah tangga dan buruh harian lepas yaitu sebanyak 33%, 21% karyawan swasta, 18% PNS dan karyawan serta pelajar/mahasiswa hanya 10%. Dengan latar belakang pendidikan adalah Diploma sebanyak 47% dan tamatan SMA sebanyak 38%. Lama mereka menjadi peserta BPJS rata-rata sejak 3-4 tahun yaitu sebanyak 41%.

4.3 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, variabel yang diperoleh berdasarkan dari pelayanan yang diberikan oleh pihak BPJS Kesehatan pada peserta yang menggunakan layanan BPJS. Lalu di kelompokkan

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

Kuesioner di sebarakan kepada 100 responden yang merupakan peserta BPJS cabang Banda Aceh. berikut ini adalah pernyataan dan skor dari harapan dan kenyataan.

Tabel 4.2
Variabel Pernyataan

Dimensi Servqual		Variabel Pernyataan Kualitas Pelayanan
<i>Tangible</i> (bukti fisik)	1	Kantor BPJS Banda Aceh memiliki tempat yang strategis, mudah di jangkau terutama oleh kendaraan umum
	2	Kantor BPJS Banda Aceh memiliki ruang tunggu yang nyaman
	3	Kantor BPJS Banda Aceh memiliki fasilitas yang baik
	4	Kantor BPJS Banda Aceh memiliki area parkir yang memadai
	5	Pegawai kantor BPJS bersih dan rapi
<i>Emphaty</i>	6	Saya sudah lebih dari satu kali ke BPJS, dan dihadapkan dengan pegawai BPJS yang sama, pegawai BPJS mengenal konsumennya dengan baik
	7	Saya sudah lebih dari satu kali ke BPJS, dan dihadapkan dengan pegawai BPJS yang sama, pegawai BPJS mengingat konsumennya dengan baik
	8	Pegawai BPJS selalu menjadi pendengar yang baik

	9	Pegawai BPJS sangat ramah
	10	Pegawai BPJS sangat sabar dalam menghadapi konsumen
Responsiveness	11	BPJS Memiliki sistem yang baik, sehingga memudahkan konsumen
	12	BPJS Memiliki pegawai yang baik dalam menanggapi kebutuhan konsumen
	13	BPJS memiliki Pegawai ramah dalam melayani konsumen
	14	Pegawai BPJS Pegawai sigap dalam menangani keluhan konsumen
	15	Prosedur di BPJS memudahkan konsumen, tidak berbelit-belit
Reliability	16	Pelayanan yang diberikan BPJS selalu tepat waktu
	17	BPJS tidak membeda-bedakan setiap pelayanan yang diberikan
	18	BPJS tidak pernah terjadi sistem error
	19	Antrian pelayanan BPJS tidak lama
	20	Pelayanan BPJS tidak memakan waktu lama
Assurance	21	BPJS bisa menjaga kerahasiaan data konsumen
	22	Konsumen merasa aman dan nyaman atas pelayanan yang diberikan BPJS
	23	BPJS Selalu tepat dalam penyajian kebutuhan yang dibutuhkan konsumen
	24	Setiap permasalahan yang dijumpai selalu ada titik temu

	25	Pegawai BPJS memiliki pengetahuan yang baik
--	----	---

Sumber: Data Diolah (2019)

Kuesioner di sebarakan kepada 100 responden dianalisis untuk melihat jumlah (frekuensi) atas jawaban yang diberikan. Dari 25 pertanyaan yang diajukan menghasilkan skor rata-rata (*mean*) untuk masing-masing variabel dan dapat diinterpretasikan.

Setelah kuesioner disebarakan kepada seluruh responden, maka langkah selanjutnya yang dilakukan adalah rekapitulasi jawaban antara harapan dan kenyataan atas jasa yang diterima oleh para peserta BPJS Kesehatan cabang Banda Aceh. Interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden dapat dilihat dalam Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3
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: Sugiyono (2014)

Berikut ini adalah rekapitulasi penilaian frekuensi kenyataan dan harapan:

Tabel 4.4
Rekapitulasi Kenyataan Peserta BPJS

Item	Jumlah Jawaban					Total
	Sangat Baik (5)	Baik (4)	Kurang Baik (3)	Tidak Baik (2)	Sangat Tidak Baik (1)	
Item 1	19	57	18	4	2	100
Item 2	29	52	8	8	3	100
Item 3	42	48	10	0	0	100
Item 4	59	34	7	0	0	100
Item 5	64	33	2	1	0	100
Item 6	40	51	5	3	1	100
Item 7	65	30	3	2	0	100
Item 8	41	53	4	2	1	100
Item 9	28	66	2	3	1	100
Item 10	41	51	2	4	2	100
Item 11	41	51	1	5	2	100
Item 12	54	37	1	8	0	100
Item 13	28	64	2	4	2	100
Item 14	41	50	7	1	1	100
Item 15	57	29	8	3	3	100
Item 16	36	51	5	7	1	100
Item 17	52	31	12	5	0	100
Item 18	34	54	8	3	1	100
Item 19	33	51	13	3	0	100
Item 20	50	42	2	4	2	100
Item 21	34	49	2	11	4	100
Item 22	37	48	2	9	4	100
Item 23	32	51	3	12	2	100
Item 24	46	40	2	7	5	100
Item 25	36	47	11	6	0	100

Sumber: Data Diolah (2019)

Tabel 4.5
Rekapitulasi Harapan Peserta BPJS Kesehatan

Item	Jumlah Jawaban					Total
	Sangat Baik (5)	Baik (4)	Kurang Baik (3)	Tidak Baik (2)	Sangat Tidak Baik (1)	
Item 1	23	70	6	1	0	100
Item 2	27	69	3	1	0	100
Item 3	30	69	1	0	0	100
Item 4	20	79	1	0	0	100
Item 5	24	73	3	0	0	100
Item 6	33	66	1	0	0	100
Item 7	28	71	1	0	0	100
Item 8	28	64	8	0	0	100
Item 9	25	69	5	1	0	100
Item 10	22	78	0	0	0	100
Item 11	21	78	1	0	0	100
Item 12	29	70	1	0	0	100
Item 13	28	69	3	0	0	100
Item 14	26	72	2	0	0	100
Item 15	24	73	3	0	0	100
Item 16	17	76	4	3	0	100
Item 17	28	72	0	0	0	100
Item 18	34	63	3	0	0	100
Item 19	28	72	0	0	0	100
Item 20	25	72	3	0	0	100
Item 21	22	76	1	1	0	100
Item 22	31	69	0	0	0	100
Item 23	23	71	6	0	0	100
Item 24	24	74	2	0	0	100
Item 25	22	77	1	0	0	100

Sumber: Data Diolah (2019)

4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.4.1 Pengujian Validitas

Uji validitas untuk mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner dalam penelitian ini. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *Uji Person Product Movement Coeficient of Corelation* (dengan bantuan) SPSS (*Statistical Package for Sosial Science*). Untuk mengetahui validitas kuesioner dilakukan dengan membandingkan nilai r tabel dengan r hitung. Nilai r tabel dapat dilihat dengan menggunakan taraf signifikan 5% dan $N = 100$ dengan rumus $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$. Dengan nilai R tabel sebesar 0,195. Untuk dapat kita ketahui bahwa kuesioner telah valid atau tidak, maka dilakukan perbandingan antara nilai r tabel dengan r hitung. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka kuesioner di anggap valid, jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka kuesioner tidak valid. selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Kenyataan dan Harapan Peserta BPJS

No	Pernyataan	Variabel	Correlation Person		Nilai Kritis 5% (N=100)	Keterangan
			Kenyataan	Harapan		
1	A1	V ₁	0,210	0,223	0,195	Valid
2	A2		0,274	0,291	0,195	Valid
3	A3		0,573	0,210	0,195	Valid
4	A4		0,404	0,279	0,195	Valid
5	A5		0,499	0,232	0,195	Valid
6	B1	V ₂	0,479	0,315	0,195	Valid
7	B2		0,454	0,273	0,195	Valid
8	B3		0,471	0,246	0,195	Valid
9	B4		0,459	0,569	0,195	Valid
10	B5		0,558	0,239	0,195	Valid
11	C1	V ₃	0,423	0,219	0,195	Valid
12	C2		0,256	0,269	0,195	Valid
13	C3		0,547	0,236	0,195	Valid
14	C4		0,294	0,307	0,195	Valid
15	C5		0,577	0,242	0,195	Valid
16	D1	V ₄	0,291	0,297	0,195	Valid
17	D2		0,437	0,272	0,195	Valid
18	D3		0,512	0,396	0,195	Valid
19	D4		0,520	0,251	0,195	Valid
20	D5		0,268	0,247	0,195	Valid
21	E1	V ₅	0,430	0,249	0,195	Valid
22	E2		0,428	0,276	0,195	Valid
23	E3		0,428	0,295	0,195	Valid
24	E4		0,290	0,222	0,195	Valid
25	E5		0,413	0,252	0,195	Valid

Sumber: Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa semua pernyataan di tiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini semuanya memiliki tingkat signifikansi dibawah 5%, maka item pernyataan dinyatakan valid, karena nilai r-hitung antara persepsi harapan dan kenyataan > nilai r-tabel. Jumlah sampel dalam

penelitian ini adalah 100 responden, jadi nilai r-tabel nya adalah 0,195. Sehingga semua pertanyaan yang terkandung dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid untuk dilakukan penelitian selanjutnya dan analisis dilanjutkan dengan uji reliabilitas.

4.4.2 Pengujian Reliabilitas

Untuk menilai kehandalan kuesioner yang digunakan, maka dalam penelitian ini digunakan uji reliabilitas *cronbach alpha* yang lazim digunakan untuk pengujian kuesioner dalam penelitian ilmu sosial. Analisis ini digunakan untuk menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan skala variabel. Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten juga dilakukan secara statistik yaitu dengan menghitung besarnya *Cronbach Alpha*, seperti terlihat pada tabel berikut.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Kenyataan dan Harapan Peserta BPJS

Kuesioner	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kenyataan	25	0,782	Reliabel
Harapan	25	0,726	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.6, maka pengujian reliabilitas dengan *cronbach alpha* terhadap 25 pernyataan dari persepsi harapan dan kenyataan yang telah dinilai jawabannya, maka dapat dilihat bahwa alpha memiliki nilai $> 0,6$, mengacu kepada syarat suatu instrumen dikatakan reliabel memiliki alpha $> 0,6$, maka kuesioner penelitian ini dinyatakan reliabel untuk dilakukan penelitian selanjutnya.

4.5 Perhitungan Nilai Kenyataan yang diterima Peserta BPJS Cabang Banda Aceh

Nilai kenyataan (yang terjadi) menunjukkan seberapa besar nilai kualitas layanan yang diterima peserta BPJS. Berikut akan di sajikan perhitungan nilai kenyataan peserta BPJS dari hasil rekapitulasi data 100 responden.

$$\begin{aligned}\sum X_i &= (19 \times 5) + (57 \times 4) + (18 \times 3) + (4 \times 2) + (2 \times 1) \\ &= 95 + 228 + 54 + 8 + 2\end{aligned}$$

$$= 387$$

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

$$X_i = \frac{387}{100}$$

$$= 3,87$$

Tabel 4.8
Nilai Kenyataan Peserta BPJS

Pernyataan	Nilai Skor ($\sum X_i$)	Kenyataan
Item 1	387	3.87
Item 2	396	3.96
Item 3	432	4.32
Item 4	452	4.52
Item 5	460	4.60
Item 6	426	4.26
Item 7	458	4.58
Item 8	432	4.32
Item 9	417	4.17
Item 10	425	4.25
Item 11	424	4.24
Item 12	437	4.37
Item 13	412	4.12
Item 14	429	4.29
Item 15	434	4.34
Item 16	414	4.14

Item 17	430	4.30
Item 18	417	4.17
Item 19	398	3.98
Item 20	434	4.34
Item 21	398	3.98
Item 22	405	4.05
Item 23	399	3.99
Item 24	415	4.15
Item 25	396	3.96

Sumber: Data Diolah (2019)

4.6 Perhitungan Nilai Harapan yang diterima Peserta BPJS Cabang Banda Aceh

Nilai harapan menunjukkan seberapa besar tingkat harapan peserta BPJS terhadap kualitas jasa yang akan diterimanya. Berikut akan di sajikan perhitungan nilai harapan peserta BPJS dari hasil rekapitulasi data 100 responden.

$$\sum X_i = (23 \times 5) + (70 \times 4) + (6 \times 3) + (1 \times 2)$$

$$= 115 + 280 + 18 + 2$$

$$= 415$$

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

$$X_i = \frac{415}{100}$$

$$= 4,15$$

Tabel 4.9
Nilai Harapan Peserta BPJS

Pernyataan	Nilai Skor ($\sum X_i$)	Harapan
Item 1	415	4.15
Item 2	422	4.22
Item 3	429	4.29
Item 4	419	4.19
Item 5	421	4.21
Item 6	432	4.32
Item 7	427	4.27
Item 8	420	4.20
Item 9	418	4.18
Item 10	422	4.22
Item 11	420	4.20
Item 12	428	4.28
Item 13	425	4.25
Item 14	424	4.24
Item 15	421	4.21
Item 16	407	4.07
Item 17	428	4.28
Item 18	431	4.31
Item 19	428	4.28
Item 20	422	4.22
Item 21	419	4.19
Item 22	431	4.31
Item 23	410	4.10
Item 24	422	4.22
Item 25	421	4.21

Sumber: Data Diolah (2019)

4.7 Perhitungan Nilai *Servqual*

Perhitungan nilai gap per item pernyataan didapatkan berdasarkan dari nilai selisih dari nilai persepsi kenyataan dan nilai harapan. Hal ini digunakan agar dapat mengetahui kualitas pelayanan pada BPJS Cabang Banda Aceh. untuk melihat hasil

perhitungan nilai GAP per item pernyataan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.10
Nilai Servqual

Dimensi	Pernyataan	Skor Kenyataan	Skor Harapan	Gap (Score Servqual)
<i>Tangible</i> (bukti fisik)	Item 1	3.87	4.15	-0.28
	Item 2	3.96	4.22	-0.26
	Item 3	4.32	4.29	0.03
	Item 4	4.52	4.19	0.33
	Item 5	4.60	4.21	0.39
<i>Emphaty</i>	Item 6	4.26	4.32	-0.06
	Item 7	4.58	4.27	0.31
	Item 8	4.32	4.20	0.12
	Item 9	4.17	4.18	-0.01
	Item 10	4.25	4.22	0.03
<i>Responsiveness</i>	Item 11	4.24	4.20	0.04
	Item 12	4.37	4.28	0.09
	Item 13	4.12	4.25	-0.13
	Item 14	4.29	4.24	0.05
	Item 15	4.34	4.21	0.13
<i>Reliability</i>	Item 16	4.14	4.07	0.07
	Item 17	4.30	4.28	0.02
	Item 18	4.17	4.31	-0.14
	Item 19	3.98	4.28	-0.3
	Item 20	4.34	4.22	0.12
<i>Assurance</i>	Item 21	3.98	4.19	-0.21
	Item 22	4.05	4.31	-0.26
	Item 23	3.99	4.17	-0.18
	Item 24	4.15	4.22	-0.07
	Item 25	3.96	4,21	-0.25
	Rata-rata	105.27	105.62	-0.35
Gap Minimum				-0.01
Gap Maximum				0.39

Sumber: Data Diolah (2019)

Dari tabel di atas diketahui bahwa peserta BPJS Banda Aceh dilihat dari 5 dimensi *Servqual* memiliki nilai kepuasan sebesar 3.96 dan nilai harapan 4.21 sehingga masih terdapat gap -0,01. Gap ini terjadi akibat tidak terpenuhinya harapan konsumen dengan kualitas jasa yang diberikan oleh peserta BPJS Banda Aceh.

4.7.1 Perhitungan Tingkat Kesesuaian Per item Pernyataan

Nilai tingkat kesesuaian ditentukan dari beberapa kategori yang akan menunjukkan seberapa besar tingkat kesesuaian tersebut, yaitu kategori sangat sesuai (80 - 100%), kategori sesuai (70 - 79%). Kategori cukup (60 - 69%), kategori kurang sesuai (50 - 59%), dan kategori tidak sesuai (0 - 49%). (Astuti, 2015).

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

$$Yi = \frac{387}{415} \times 100 \\ = 93,25$$

Tabel 4.11
Tingkat Kesesuaian Antara Kenyataan dan Harapan Peserta BPJS

Pernyataan	Tingkat Kepuasan Peserta BPJS TKI (%)	Keterangan
Item 1	93.25	Sangat Sesuai
Item 2	93.84	Sangat Sesuai
Item 3	100.70	Sangat Sesuai
Item 4	107.88	Sangat Sesuai
Item 5	109.26	Sangat Sesuai
Item 6	98.61	Sangat Sesuai
Item 7	107.26	Sangat Sesuai
Item 8	102.86	Sangat Sesuai
Item 9	99.76	Sangat Sesuai
Item 10	100.71	Sangat Sesuai
Item 11	100.95	Sangat Sesuai
Item 12	102.10	Sangat Sesuai
Item 13	96.94	Sangat Sesuai
Item 14	101.18	Sangat Sesuai
Item 15	103.09	Sangat Sesuai
Item 16	101.72	Sangat Sesuai
Item 17	100.47	Sangat Sesuai
Item 18	96.75	Sangat Sesuai
Item 19	92.99	Sangat Sesuai
Item 20	102.84	Sangat Sesuai
Item 21	94.99	Sangat Sesuai
Item 22	93.97	Sangat Sesuai
Item 23	97.32	Sangat Sesuai
Item 24	98.34	Sangat Sesuai
Item 25	94.06	Sangat Sesuai

Sumber: Data Diolah (2019)

Berdasarkan tabel di atas, bahwa banyak peserta BPJS yang merasakan pelayanan yang diberikan oleh pihak BPJS sangat sesuai dengan yang diharapkan. Yang artinya harapan peserta BPJS terhadap kelima dimensi sudah terpenuhi.

4.7.2 Perhitungan Tingkat Kesuaian Total (Tk_1) antara X dan Y

Tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan peserta BPJS berdasarkan hasil nilai yang telah diberikan oleh responden terhadap hasil kuesioner mengenai harapan dan kenyataan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.12
Kesesuaian Total

Jumlah Responden	Jumlah Item	Jumlah Nilai Kenyataan	Jumlah Nilai harapan	Tingkat Kesesuaian (%)
100	25	105,27	105,62	100%

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat kita lihat bahwa total nilai yang diberikan responden pada aspek kenyataan sebesar 105,27 dan aspek harapan 105,62. Sehingga untuk kesesuaiannya didapatkan dengan menggunakan rumus tingkat kesesuaian mencapai 100%.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat kesesuaian kenyataan dan harapan adalah 100% secara keseluruhan, hal ini menunjukkan bahwa secara umum, peserta BPJS telah mampu memenuhi harapan peserta BPJS sebesar 100%. Diharapkan kepada BPJS agar mampu mempertahankan kinerjanya terutama pelayanan kepada konsumen.

4.7.3 Hasil Perhitungan Nilai Gap Berdasarkan Lima Dimensi *Servqual*

Dari hasil perhitungan Gap antara dimensi *servqual* maka di dapatkan hasil nilai Gap sebagai berikut :

Tabel 4.13
Hasil Gap Lima Dimensi

Dimensi <i>Servqual</i>	Kenyataan	Harapan	Gap
<i>Tangible</i>	4,25	4,21	0,04
<i>Emphaty</i>	4,32	4,24	0,08
<i>Responsiveness</i>	4,27	4,24	0,03
<i>Reliability</i>	4,19	4,23	-0,04
<i>Assurance</i>	4,03	4,22	-0,19
	Rata-rata		-0,01

Setelah dilakukan pengolahan data pada tiap dimensi, dari tabel diatas dapat dilihat bahwa ada 3 dimensi yang memiliki nilai gap positif yaitu dimensi *Tangible* dengan nilai gap sebesar 0,04, dimensi *Responsiveness* dengan nilai gap 0,03, dan dimensi *Emphaty* dengan nilai gap sebesar 0,1. Kemudian ada 2 dimensi yang memiliki nilai gap negatif yaitu dimensi *Reliability* dengan nilai gap sebesar -0,04, dan dimensi *Assurance* dengan nilai gap sebesar -0,19.

4.7.4 Diagram IPA (*Importance Performance Analysis*)

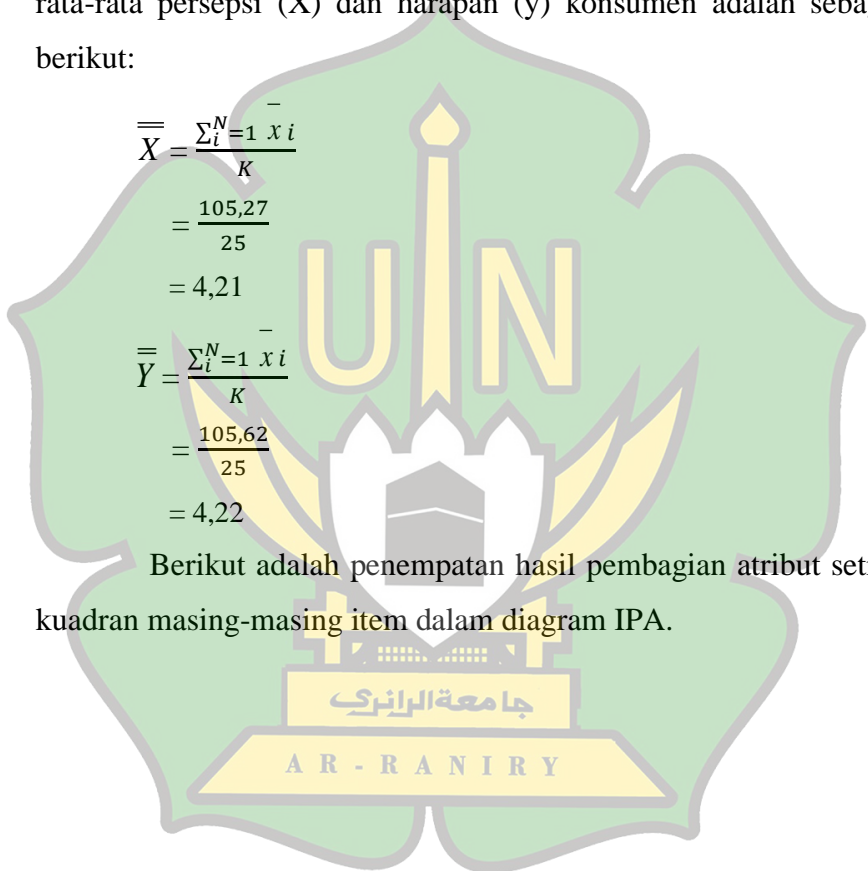
Tujuan digunakannya diagram IPA (*Importance Performance Analysis*) adalah untuk melihat secara lebih terperinci mengenai atribut-atribut yang perlu untuk dilakukan perbaikan dan atribut yang dipertahankan oleh para pedagang pasar tradisional dan pasar modern Kabupaten Aceh Selatan, dimana diagram IPA (*Importance Performance Analysis*) terbagi dalam 4 kuadran, yaitu kuadran A, B, C, D.

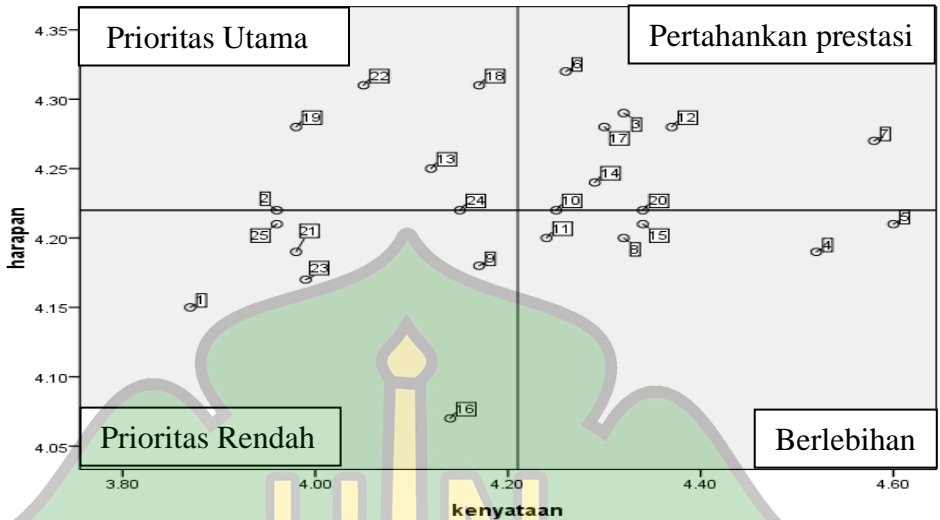
Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan diagram IPA (*Importance Performance Analysis*) akan memberikan gambaran sejauh mana atribut tersebut melalui skor rata-rata kenyataan (X) dan harapan (y) peserta BPJS Banda Aceh. Hasil skor rata-rata persepsi (X) dan harapan (y) konsumen adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\sum_{i=1}^N x_i}{K} \\ &= \frac{105,27}{25} \\ &= 4,21\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{\sum_{i=1}^N y_i}{K} \\ &= \frac{105,62}{25} \\ &= 4,22\end{aligned}$$

Berikut adalah penempatan hasil pembagian atribut setiap kuadran masing-masing item dalam diagram IPA.





Gambar 4.1.
Diagram IPA (Importance Performance Analysis)

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 pelanggan BPJS Banda Aceh. Atribut yang harus diperbaiki adalah atribut yang berada pada kuadran A. Adapun atribut yang harus diperbaiki pada kuadran A adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Perhitungan Diagram IPA pada kuadran A

Atribut	Pernyataan
2	Kantor BPJS Banda Aceh memiliki ruang tunggu yang nyaman
13	BPJS memiliki Pegawai ramah dalam melayani konsumen
18	BPJS tidak pernah terjadi sistem error
19	Antrian pelayanan BPJS tidak lama
22	Konsumen merasa aman dan nyaman atas pelayanan yang diberikan BPJS

Sumber: Data Diolah (2019)

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

Tabel 4.15
Hasil Perhitungan Diagram IPA pada kuadran B

Atribut	Pernyataan
3	Kantor BPJS Banda Aceh memiliki fasilitas yang baik
6	Pelanggan sudah lebih dari satu kali ke BPJS, dan dihadapkan dengan pegawai BPJS yang sama, pegawai BPJS mengenal konsumennya dengan baik
7	Pelanggan sudah lebih dari satu kali ke BPJS, dan dihadapkan dengan pegawai BPJS yang sama, pegawai BPJS mengingat konsumennya dengan baik
10	Pegawai BPJS sangat sabar dalam menghadapi konsumen
12	BPJS memiliki pegawai yang baik dalam menanggapi kebutuhan konsumen.
14	Pegawai BPJS Pegawai sigap dalam menangani keluhan konsumen
17	BPJS tidak membeda-bedakan setiap pelayanan yang mereka berikan

Sumber: Data Diolah (2019) - R A N I R Y

C. Prioritas Rendah (*Low Priority*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat kenyataan 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 atribu-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 4.16
Hasil Perhitungan Diagram IPA pada kuadran C

Atribut	Pernyataan
1	Kantor BPJS Banda Aceh memiliki tempat yang strategis, mudah di jangkau terutama oleh kendaraan umum
9	Pegawai BPJS sangat ramah
16	Pelayanan yang diberikan BPJS selalu tepat waktu
21	BPJS bisa menjaga kerahasiaan data konsumen
23	BPJS Selalu tepat dalam penyajian kebutuhan yang dibutuhkan konsumen
24	Setiap permasalahan yang dijumpai selalu ada titik temu
25	Pegawai BPJS memiliki pengetahuan yang baik

Sumber: Data Diolah (2019)

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 pelanggan BPJS

Banda Aceh. Adapun atribut yang berada pada kuadran D adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Perhitungan Diagram IPA pada kuadran D

Atribut	Pernyataan
4	Kantor BPJS Banda Aceh memiliki area parker yang memadai
5	Pegawai kantor BPJS bersih dan rapi
8	Pegawai BPJS selalu menjadi pendengar yang baik
11	BPJS Memiliki sistem yang baik, sehingga memudahkan
15	Prosedur di BPJS memudahkan konsumen tidak berbelit-belit
20	Pelayanan BPJS tidak memakan waktu lama

Sumber: Data Diolah (2019)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Dimensi *Tangible* (bukti fisik) memiliki nilai gap sebesar 0,04. Jadi, BPJS hanya perlu untuk meningkatkan kantor BPJS memiliki tempat yang strategis, mudah dijangkau terutama oleh kendaraan umum dan kantor BPJS memiliki ruang tunggu yang nyaman.
2. Dimensi *Empathy* (empati) memiliki nilai gap sebesar 0,1. BPJS hanya perlu meningkatkan kinerja pegawai BPJS yang ramah.
3. Dimensi *Responsiveness* (daya tangkap) memiliki nilai gap sebesar 0,03. Jadi kantor BPJS hanya perlu meningkatkan Pegawai yang ramah dalam melayani konsumen
4. Dimensi *Reliability* (keandalan) memiliki nilai gap sebesar -0,04. Item yang perlu dipertahankan adalah BPJS tidak membeda-bedakan setiap pelayanan yang diberikan.
5. Dimensi *Assurance* (jaminan) menjadi perhatian bagi pihak BPJS agar lebih meningkatkan kualitas pelayanannya. Dimensi Assurance memiliki nilai gap sebesar -0,19.

5.2 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka penelitian memberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Kantor BPJS harus mempertahankan dan senantiasa meningkatkan item-item kualitas jasa yang dianggap penting dan berkinerja baik oleh konsumen terutama dikuadran B seperti pegawai BPJS mengenal konsumennya dengan baik, kantor BPJS memiliki fasilitas yang baik, pegawai BPJS sangat sabar dalam menghadapi konsumen, pegawai yang baik dalam menanggapi kebutuhan konsumen, pegawai sigap dalam menangani keluhan konsumen, dan tidak membeda-bedakan setiap pelayanan yang diberikan.
2. Kantor BPJS harus memperbaiki kinerja item-item kualitas jasa yang dianggap penting oleh konsumen akan tetapi kinerjanya masih rendah terutama di kuadran 1 yaitu, pegawai yang ramah, tidak terjadi sistem error, antrian pelayanan BPJS tidak lama, konsumen merasa aman dan nyaman atas pelayanan yang diberikan BPJS sehingga konsumen merasa tidak kecewa.
3. Bagi peneliti lain, dapat melakukan penelitian lebih lanjut dari penelitian dengan melakukan Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan karakteristik pengguna dan juga dengan menindaklanjuti batasan-batasan yang ada agar hasil yang diperoleh lebih sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan BPJS Kesehatan terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Cempae Kota Parepare. Jurnal
- Azhari. (2011). Hubungan Kualitas Pelayanan kesehatan Dengan Kepuasan Pasien Rawat Inap yang Menggunakan Jamkesmas di Puskesmas Kassi-Kassi Makasar. Universitas Hasanuddin. Skripsi
- BPJS. Badan Penyelenggara Jaminan Sosial dan Asuransi Kesehatan Swasta. [serial online] 2018. [akses 20 oktober 2018]. Available at: www.duwitmu.com
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip. Dkk. (2012). *Marketing Management Edisi 14*". Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Lovelock. C. dan Wirtz. (2011). *Pemasaran Jasa Perspektif Asia*, Buku Dua, Edisi Pertama, Andy, Yogyakarta
- Marhenta. (2017). Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan BPJS dan Karakteristik Pasien Terhadap Kepuasan Pasien di Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama. Skripsi.
- Putri. Silvia. Baby. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan BPJS Kesehatan Terhadap Kepuasan Penggunaan Perspektif Dokter Rumah Sakit Hermina Bogor. Jurnal Riset Manajemen dan bisnis Vol. 2 No.1
- Rifki.(2014). Pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat terhadap Pelayanan Pemerintah di Kecamatan Medan Marelan dan Kecamatan Medan Labuhan Kota Medan. Skripsi

- Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary.(2010). *Manajemen*. Edisi sepuluh. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sinambela, Lijan Poltak. DKK. 2011. *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Siswati. Sri.(2015). *Kualitas Pelayanan Kesehatan dengan Kepuasan Pasien BPJS di Unit RawatInap RSUD Kota Makasar*. Jurnal
- Septia. Deva. (2017). *Kepuasan terhadap Kualitas Pelayanan BPJS Kesehatan (Studi Kasus di Rumah Sakit Abdul Moelek provinsi Lampung)*. Skripsi.
- Sugiyono.(2014). *Statistik untuk Penelitian*, cetakan kedelapan. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suwardi.(2011). *Menujur Kepuasan Pelanggan melalui Penciptakaan Kualitas Pelayanan dalam Jurnal Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora Vol. 11 No 1*.
- Tjiptono, Fandydan Diana. (2012). *Brand Management & Strategy*.Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy (2014). *Pemasaran Jasa*.Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Zeithaml, A. Valarie. (2003). *Services Marketing Intergrating Customer Focus Across The Firm (Fifth Edition)*. Singapore: Mc Graw Hill

LAMPIRAN

KUESIONER

ANALISIS KEPUASAN PESERTA BPJS CABANG BANDA ACEH (PENDEKATAN METODE *SERVICE QUALITY*)

A. Penelitian ini semata-mata bersifat ilmiah untuk mendapatkan data bagi penulisan skripsi pada Fakultas Ilmu Ekonomi Universitas Islam Negeri AR-Raniry Banda Aceh. Saya sangat menghargai bantuan saudara/i yang telah menjawab semua pertanyaan dengan kondisi yang berlaku pada diri saudara/i sendiri. Berilah tanda (✓) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan saudara/i.

No. Responden: (diisi oleh Penulis)

B. Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin Anda :

Pria

Wanita

2. Usia Anda:

< 20 Tahun

30 – 39 tahun

20 - 29 Tahun

40 – 49 tahun

> 50 Tahun

3. Pekerjaan :

PNS

Buruh

Swasta

Pelajar

Lainnya

4. Pendidikan Terakhir

- | | | | |
|--------------------------|-----|--------------------------|---------------|
| <input type="checkbox"/> | SD | <input type="checkbox"/> | Diploma |
| <input type="checkbox"/> | SMP | <input type="checkbox"/> | Strata 1 |
| <input type="checkbox"/> | SMA | <input type="checkbox"/> | Pasca Sarjana |

5. Lama menjadi Anggota BPJS

- | | | | |
|--------------------------|-------------|--------------------------|-------------|
| <input type="checkbox"/> | < 1 tahun | <input type="checkbox"/> | 3 – 4 tahun |
| <input type="checkbox"/> | 1 – 2 tahun | <input type="checkbox"/> | > 4 tahun |

C. Untuk setiap pertanyaan dibawah ini, berilah tanda (✓) pada pilihan mengenai sejauh mana saudara/i setuju dengan pernyataan – pernyataan yang diberikan tersebut. Untuk lebih sistematis terhadap jawaban yang akan diberikan, maka disediakan alternatif jawaban yakni sebagai berikut :

Alternatif Pilihan :

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

Dimensi Servqual		Variabel Pernyataan Kualitas Pelayanan
<i>Tangible</i> (bukti fisik)	1	Kantor BPJS Banda Aceh memiliki tempat yang strategis, mudah di jangkau terutama oleh kendaraan umum
	2	Kantor BPJS Banda Aceh memiliki ruang tunggu yang nyaman
	3	Kantor BPJS Banda Aceh memiliki fasilitas yang baik
	4	Kantor BPJS Banda Aceh memiliki area parkir yang memadai
	5	Pegawai kantor BPJS bersih dan rapi
<i>Emphaty</i>	6	Saya sudah lebih dari satu kali ke BPJS, dan dihadapkan dengan pegawai BPJS yang sama, pegawai BPJS mengenal konsumennya dengan baik
	7	Saya sudah lebih dari satu kali ke BPJS, dan dihadapkan dengan pegawai BPJS yang sama, pegawai BPJS mengingat konsumennya dengan baik
	8	Pegawai BPJS selalu menjadi pendengar yang baik
	9	Pegawai BPJS sangat ramah
	10	Pegawai BPJS sangat sabar dalam menghadapi konsumen
<i>Responsiveness</i>	11	BPJS Memiliki sistem yang baik, sehingga memudahkan konsumen

	12	BPJS Memiliki pegawai yang baik dalam menanggapi kebutuhan
		Konsumen
	13	BPJS memiliki Pegawai ramah dalam melayani konsumen
	14	Pegawai BPJS Pegawai sigap dalam menangani keluhan konsumen
	15	Prosedur di BPJS memudahkan konsumen, tidak berbelit-belit
<i>Reliability</i>	16	Pelayanan yang diberikan BPJS selalu tepat waktu
	17	BPJS tidak membedakan setiap pelayanan yang diberikan
	18	BPJS tidak pernah terjadi sistem error
	19	Antrian pelayanan BPJS tidak lama
	20	Pelayanan BPJS tidak memakan waktu lama
<i>Assurance</i>	21	BPJS bisa menjaga kerahasiaan data konsumen
	22	Konsumen merasa aman dan nyaman atas pelayanan yang diberikan BPJS
	23	BPJS Selalu tepat dalam penyajian kebutuhan yang dibutuhkan konsumen
	24	Setiap permasalahan yang dijumpai selalu ada titik temu
	25	Pegawai BPJS memiliki pengetahuan yang baik

TABULASI DATA HARAPAN

N O	a1	a2	a3	a4	a5	b1	b2	b3	b4	b5	c1	c2	c3	c4	c5	d1	d2	d3	d4	d5	e1	e2	e3	e4	e5
1	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
2	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4
4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	3	4	4
5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4
6	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5
7	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5
8	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5
9	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
10	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4
11	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
12	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
13	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4
14	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
16	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5

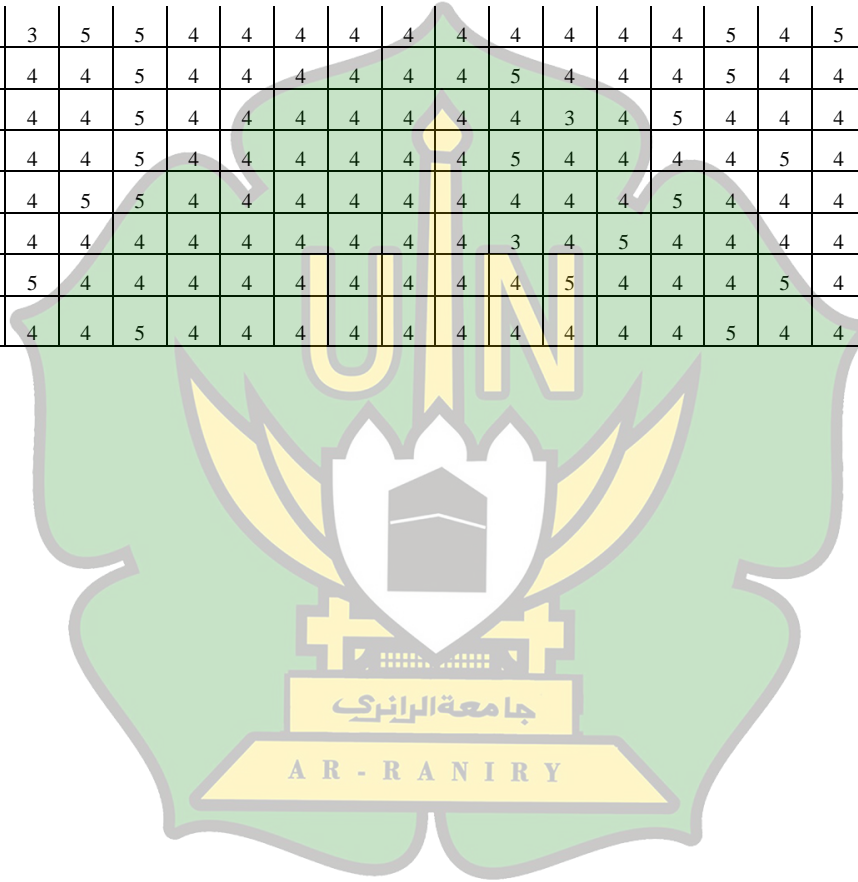
17	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
18	4	4	5	4	5	5	5	3	2	4	4	5	5	4	4	2	4	4	5	5	5	4	5	4	4
19	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
20	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
21	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	2	4	4	5	5
22	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
23	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
24	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
26	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4
27	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5
29	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
30	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4
31	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
32	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4
33	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
34	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
35	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4

36	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4
37	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4
39	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
40	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5
41	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	2	4	4	5	5	4	4	5	4	4
42	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5
43	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5
44	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4
45	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5
46	4	2	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
47	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
48	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5
49	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	3	4	4
50	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4
51	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5
52	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4
53	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5
54	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5

55	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	
56	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	
57	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
58	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5
59	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
60	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4
61	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	
62	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
63	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	2	4	4	5	5	4	4	5	4	4
64	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
66	4	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4
67	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5
69	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
71	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4
72	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5
73	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4

74	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	
75	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	
76	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	
77	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	
78	3	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	
79	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	
80	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4
81	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	
82	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	
83	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	
84	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4
85	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4
86	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4
87	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
89	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
92	2	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4

93	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4
94	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
95	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4
96	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
97	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4
99	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
100	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5



Frequency Table

A1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	2	2.0	2.0	2.0
	2.0	4	4.0	4.0	6.0
	3.0	18	18.0	18.0	24.0
	4.0	57	57.0	57.0	81.0
	5.0	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	3	3.0	3.0	3.0
	2.0	8	8.0	8.0	11.0
	3.0	8	8.0	8.0	19.0
	4.0	52	52.0	52.0	71.0
	5.0	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.0	10	10.0	10.0	10.0
	4.0	48	48.0	48.0	58.0
	5.0	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.0	7	7.0	7.0	7.0
	4.0	34	34.0	34.0	41.0
	5.0	59	59.0	59.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.0	1	1.0	1.0	1.0
	3.0	2	2.0	2.0	3.0
	4.0	33	33.0	33.0	36.0
	5.0	64	64.0	64.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	1	1.0	1.0	1.0
	2.0	3	3.0	3.0	4.0
	3.0	5	5.0	5.0	9.0
	4.0	51	51.0	51.0	60.0
	5.0	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.0	2	2.0	2.0	2.0
	3.0	3	3.0	3.0	5.0
	4.0	30	30.0	30.0	35.0
	5.0	65	65.0	65.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	1	1.0	1.0	1.0
	2.0	1	1.0	1.0	2.0
	3.0	4	4.0	4.0	6.0
	4.0	53	53.0	53.0	59.0
	5.0	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	1	1.0	1.0	1.0
	2.0	3	3.0	3.0	4.0
	3.0	2	2.0	2.0	6.0
	4.0	66	66.0	66.0	72.0
	5.0	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	2	2.0	2.0	2.0
	2.0	4	4.0	4.0	6.0
	3.0	2	2.0	2.0	8.0
	4.0	51	51.0	51.0	59.0
	5.0	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	2	2.0	2.0	2.0
	2.0	5	5.0	5.0	7.0
	3.0	1	1.0	1.0	8.0
	4.0	51	51.0	51.0	59.0
	5.0	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.0	8	8.0	8.0	8.0
	3.0	1	1.0	1.0	9.0
	4.0	37	37.0	37.0	46.0
	5.0	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	2	2.0	2.0	2.0
	2.0	4	4.0	4.0	6.0
	3.0	2	2.0	2.0	8.0
	4.0	64	64.0	64.0	72.0
	5.0	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	1	1.0	1.0	1.0
	2.0	1	1.0	1.0	2.0
	3.0	7	7.0	7.0	9.0
	4.0	50	50.0	50.0	59.0
	5.0	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

AR - RANIRY

A15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	3	3.0	3.0	3.0
	2.0	3	3.0	3.0	6.0
	3.0	8	8.0	8.0	14.0
	4.0	29	29.0	29.0	43.0
	5.0	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	1	1.0	1.0	1.0
	2.0	7	7.0	7.0	8.0
	3.0	5	5.0	5.0	13.0
	4.0	51	51.0	51.0	64.0
	5.0	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.0	5	5.0	5.0	5.0
	3.0	12	12.0	12.0	17.0
	4.0	31	31.0	31.0	48.0
	5.0	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	1	1.0	1.0	1.0
	2.0	3	3.0	3.0	4.0
	3.0	8	8.0	8.0	12.0
	4.0	54	54.0	54.0	66.0
	5.0	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	3	3.0	3.0	3.0
	2.0	13	13.0	13.0	16.0
	4.0	51	51.0	51.0	67.0
	5.0	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A20

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	2	2.0	2.0	2.0
	2.0	4	4.0	4.0	6.0
	3.0	2	2.0	2.0	8.0
	4.0	42	42.0	42.0	50.0
	5.0	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A21

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	4	4.0	4.0	4.0
	2.0	11	11.0	11.0	15.0
	3.0	2	2.0	2.0	17.0
	4.0	49	49.0	49.0	66.0
	5.0	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A22

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	4	4.0	4.0	4.0
	2.0	9	9.0	9.0	13.0
	3.0	2	2.0	2.0	15.0
	4.0	48	48.0	48.0	63.0
	5.0	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A23

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	2	2.0	2.0	2.0
	2.0	12	12.0	12.0	14.0
	3.0	3	3.0	3.0	17.0
	4.0	51	51.0	51.0	68.0
	5.0	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A24

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	5	5.0	5.0	5.0
	2.0	7	7.0	7.0	12.0
	3.0	2	2.0	2.0	14.0
	4.0	40	40.0	40.0	54.0
	5.0	46	46.0	46.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

A25

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	6	6.0	6.0	6.0
	2.0	11	11.0	11.0	17.0
	4.0	47	47.0	47.0	64.0
	5.0	36	36.0	36.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

جامعة الرانري

AR - RANIRY

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.782	.802	25

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
A1	3.870	.8367	100
A2	3.960	.9839	100
A3	4.320	.6495	100
A4	4.520	.6273	100
A5	4.600	.5860	100
A6	4.260	.7736	100
A7	4.580	.6541	100
A8	4.320	.6946	100
A9	4.170	.6971	100
A10	4.250	.8454	100
A11	4.240	.8660	100
A12	4.370	.8605	100
A13	4.120	.7949	100
A14	4.290	.7288	100
A15	4.340	.9663	100

A16	4.140	.8764	100
A17	4.300	.8704	100
A18	4.170	.7792	100
A19	3.980	1.0634	100
A20	4.340	.8671	100
A21	3.980	1.0823	100
A22	4.050	1.0577	100
A23	3.990	1.0100	100
A24	4.150	1.0952	100
A25	3.960	1.1627	100

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.211	3.870	4.600	.730	1.189	.039	25

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
105.270	76.159	8.7269	25

AR - RANIRY

Correlations

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	KEY NY AT AA N	
A1																										
Pearson Correlation	1	.043	-.071	.034	.058	.131	.176	-.084	-.066	.061	.016	.031	-.007	-.079	.218	.039	.050	.179	.201	-.114	-.027	.034	-.023	.161	.210	
Sig. (2-tailed)		.673	.480	.738	.569	.195	.080	.405	.516	.549	.877	.762	.947	.435	.030	.701	.623	.075	.045	.257	.791	.735	.823	.110	.036	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
A2																										
Pearson Correlation	.043	1	-.106	-.211	.025	.306	.193	.129	-.093	-.061	-.072	.006	.110	-.068	.089	.159	.044	.009	.028	.075	-.047	.071	-.201	.113	.174	
Sig. (2-tailed)	.673		.293	.035	.809	.002	.054	.201	.357	.548	.479	.951	.278	.500	.380	.114	.967	.930	.783	.458	.645	.484	.045	.261	.083	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
A3																										
Pearson Correlation	-.071	-.106	1	.331	.446	.134	-.037	.353	.392	.534	.580	.057	.199	.527	-.095	.453	.231	.287	.379	.081	.329	.159	.116	.138	.573	
Sig. (2-tailed)	.480	.293		.001	.000	.183	.714	.000	.000	.000	.000	.572	.047	.000	.349	.000	.021	.004	.000	.423	.001	.114	.249	.172	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

A4	Pearson Correlation	.034	-.211*	.331**	1	.379**	.010	-.029	.240*	.235*	.362**	.270**	.126	.117	.418**	.039	.252*	.210*	.182	.210*	-.118	.204*	.072	.076	.264**	.404**
	Sig. (2-tailed)	.738	.035	.001		.000	.921	.778	.016	.019	.000	.007	.210	.248	.000	.703	.011	.036	.069	.036	.241	.042	.476	.450	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A5	Pearson Correlation	.058	.025	.446**	.379**	1	.165	.058	.194	.316**	.265**	.131	.056	.191	.322**	-.043	.287**	.150	.327**	.409**	.210*	.179	.130	.063	.199**	.499**
	Sig. (2-tailed)	.569	.809	.000	.000		.101	.567	.054	.001	.008	.193	.579	.057	.001	.672	.004	.135	.001	.000	.036	.074	.198	.534	.048	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A6	Pearson Correlation	.131	.306**	.134	.010	.165	1	.478**	.069	.011	.147	.117	.158	.031	.187	.097	.184	.177	.338**	.304**	.332**	.231*	.055	.013	.113	.479**
	Sig. (2-tailed)	.195	.002	.183	.921	.101		.000	.494	.915	.145	.246	.118	.760	.062	.338	.067	.078	.001	.002	.001	.021	.586	.897	.264	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A7	Pearson Correlation	.176	.193	-.037	-.029	.058	.478**	1	.121	.070	.009	-.055	.062	.020	.017	.596**	.174	.201*	.191	.112	.145	.089	.223*	.173	.124	.454**
	Sig. (2-tailed)																									
	N																									

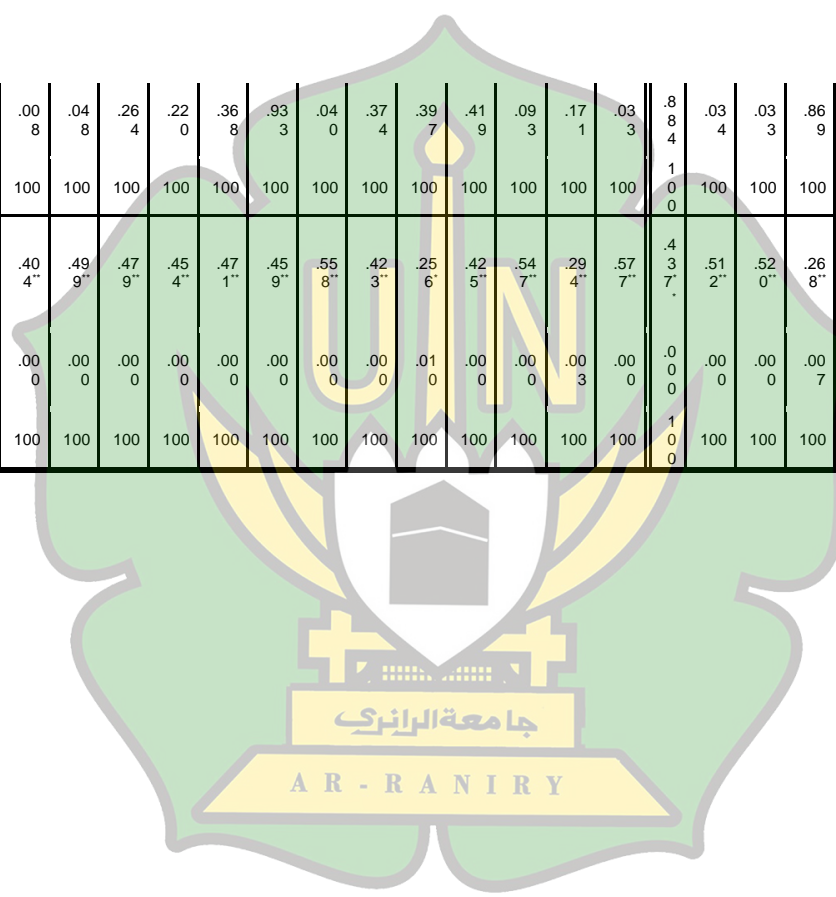
	Sig. (2-tailed)	.080	.054	.714	.778	.567	.000	.231	.492	.928	.587	.539	.842	.864	.000	.083	.045	.057	.268	.150	.378	.026	.084	.220	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A8	Pearson Correlation	-.084	-.129	.353**	.240*	.194	.069	.121	.387**	.396**	.207	.003	.241*	.314**	.017	.241*	.299	.118	.153	.156	.143	.206*	.388**	.091	.471**
	Sig. (2-tailed)	.405	.201	.000	.016	.054	.494	.231	.000	.000	.039	.979	.016	.001	.868	.016	.003	.242	.129	.120	.156	.040	.000	.368	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A9	Pearson Correlation	-.066	-.093	.392**	.235**	.316**	.011	.070	.387**	.270**	.149	-.039	.327**	.419**	.093	.209*	.355**	.005	.121	.205*	.125	.261**	.204*	.008	.459**
	Sig. (2-tailed)	.516	.357	.000	.019	.001	.915	.492	.000	.007	.138	.703	.001	.000	.356	.037	.000	.964	.232	.040	.214	.009	.041	.933	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A10	Pearson Correlation	.061	.061	.534**	.362**	.265**	.147	-.009	.396**	.270**	.111	.276**	.108	.271**	.455**	-.080	.484**	.180	.208*	.255*	-.017	.336**	.109	.145	.206*
	Sig. (2-tailed)	.549	.548	.000	.000	.008	.145	.928	.000	.007	.000	.000	.287	.000	.000	.427	.000	.073	.038	.010	.870	.001	.278	.151	.040
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

A11	Pearson Correlation	.016	-.072	.580**	.270**	.131	.117	.055	.207	.149	.276**	1	.164	.134	.369**	.058	.315**	.089	.104	.213	-.006	.196	.164	.015	.090	.423**
	Sig. (2-tailed)	.877	.479	.000	.007	.193	.246	.587	.039	.138	.005		.102	.184	.000	.564	.001	.381	.303	.033	.956	.050	.102	.883	.374	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A12	Pearson Correlation	-.031	-.006	.057	.126	.056	.158	-.062	.003	-.039	.108	.164	1	.082	.133	-.056	.091	.011	.339**	.141	.116	.157	-.007	-.070	.086	.256*
	Sig. (2-tailed)	.762	.951	.572	.210	.579	.118	.539	.979	.703	.287	.102		.417	.186	.582	.366	.916	.001	.162	.248	.119	.942	.488	.397	.010
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A13	Pearson Correlation	-.007	.110	.199*	.117	.191	.031	.020	.241*	.327**	.271**	.134	.082	1	.288**	-.054	.237*	.277*	.039	.219*	.062	.197*	.241*	.072	.082	.425**
	Sig. (2-tailed)	.947	.278	.047	.248	.057	.760	.842	.016	.001	.006	.184	.417		.004	.596	.018	.005	.702	.029	.543	.049	.016	.477	.419	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A14	Pearson Correlation	.079	-.068	.527**	.418**	.322**	.187	-.017	.314**	.419**	.455**	.369**	.133	.288**	.191	-.041	.315**	.161	.190	.370**	.097	.191	.086	.109	.169	.547**
	Sig. (2-tailed)			.000	.000	.000	.187	.963	.000	.000	.000	.000	.133	.000	.191	.041	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

	Sig. (2-tailed)	.435	.500	.000	.000	.001	.062	.864	.001	.000	.000	.000	.186	.004	.685	.001	.109	.058	.000	.337	.057	.393	.278	.093	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A15	Pearson Correlation	.218	.089	-.095	.039	-.043	.097	.596	.017	.093	-.080	.058	-.056	-.041	.074	.110	.085	.054	-.100	.102	.148	.009	.138	.294	
	Sig. (2-tailed)	.030	.380	.349	.703	.672	.338	.000	.868	.356	.427	.564	.582	.596	.685	.462	.275	.399	.597	.324	.314	.141	.932	.171	.003
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A16	Pearson Correlation	.039	.159	.453	.252	.287	.184	.174	.241	.209	.484	.315	.091	.237	.315	.074	.157	.263	.296	.056	.189	.230	.020	.214	.577
	Sig. (2-tailed)	.701	.114	.000	.011	.004	.067	.083	.016	.037	.000	.001	.366	.018	.001	.462	.119	.008	.003	.578	.060	.021	.843	.033	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A17	Pearson Correlation	.054	.215	-.118	.085	.000	.108	.561	.007	.165	.048	.058	.028	.166	.043	.442	.130	.008	.037	.017	.005	.164	.090	.032	.291
	Sig. (2-tailed)	.593	.032	.243	.400	1.000	.285	.000	.947	.101	.635	.578	.780	.098	.671	.008	.244	.948	.711	.865	.957	.102	.373	.752	.003
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

A18	Pearson Correlation	.050	-.004	.231*	.210*	.150	.177	.201*	.290**	.355**	.180	.089	.011	.277**	.161	.110	.157	1	.114	.048	.268**	.075	.387**	.076	-.015	.437**
	Sig. (2-tailed)	.623	.967	.021	.036	.135	.078	.045	.003	.000	.073	.381	.916	.005	.109	.275	.119	1	.259	.634	.007	.456	.000	.450	.884	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A19	Pearson Correlation	.179	.009	.287**	.182	.327**	.338**	.191	.118	.005	.208*	.104	.339**	.039	.190	.085	.263**	.114	1	.303**	.061	.315**	.113	.115	.212*	.512**
	Sig. (2-tailed)	.075	.930	.004	.069	.001	.001	.057	.242	.964	.038	.303	.001	.702	.058	.399	.008	.259	1	.002	.546	.001	.264	.253	.034	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A20	Pearson Correlation	.201*	.028	.379**	.210*	.409**	.304**	.112	.153	.121	.255*	.213*	.141	.219	.370**	.054	.296**	.048	.303**	1	.115	.146	.142	.020	.214*	.520**
	Sig. (2-tailed)	.045	.783	.000	.036	.000	.002	.268	.129	.232	.010	.033	.162	.029	.000	.597	.003	.634	.002	1	.255	.146	.158	.842	.033	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
A21	Pearson Correlation	-.114	.075	.081	-.118	.210*	.332**	.145	.156	.205*	-.017	.006	-.116	.062	.097	-.100	.056	.268**	.061	.115	1	-.052	.101	.003	-.017	-.268**
	Sig. (2-tailed)	.257	.458	.423	.241	.036	.001	.150	.120	.040	.870	.956	.248	.543	.337	.324	.578	.268**	.546	.255	1	.607	.315	.980	.869	.007
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

	Sig. (2-tailed)	.110	.261	.172	.008	.048	.264	.220	.368	.933	.040	.374	.397	.419	.093	.171	.033	.884	.034	.033	.869	.506	.308	.122			.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KENYATAAN	Pearson Correlation	.210*	.274	.573**	.404**	.499**	.479**	.454**	.471**	.459**	.558**	.423**	.256*	.425**	.547**	.294**	.577**	.437*	.512**	.520**	.268**	.430**	.428**	.290**	.413**		1	
	Sig. (2-tailed)	.036	.083	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.010	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.007	.000	.000	.003	.000		.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100



Tabel r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896

RIWAYAT HIDUP

Nama : DEWI ARNITA
NIM : 140604002
Tempat/Tanggal Lahir : KUALA TRANG, 27-11-1995
Status : Mahasiswa
Alamat : SUKA KARYA
No. Hp : 082284396049
Email : Dewy.arnita@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. SD : 2008
2. SMP : 2011
3. SMA : 2014
4. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Data Orang Tua

Nama Ayah : Suwardi
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Sulastri
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat Orang Tua : SUKA KARYA

