



**PENGARUH BIAYA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT INAP DI  
RS MITRA MEDIKA BONDOWOSO**

**THE EFFECT OF PRICE AND SERVICE QUALITY SATISFACTION  
INPATIENT HOSPITAL MITRA MEDIKA BONDOWOSO**

**SKRIPSI**

Oleh :

**Fikri Allaudin Rabbani**  
**NIM.120810201102**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2016**



**PENGARUH BIAYA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT INAP DI  
RS MITRA MEDIKA BONDOWOSO**

**THE EFFECT OF PRICE AND SERVICE QUALITY SATISFACTION  
INPATIENT HOSPITAL MITRA MEDIKA BONDOWOSO**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh :

**Fikri Allaudin Rabbani**

**NIM.120810201102**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2016**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Fikri Allaudin Rabbani  
NIM : 120810201102  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Biaya dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien di RS Mitra Medika Bondowoso

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 26 September 2016

Fikri Allaudin Rabbani  
NIM : 120810201102

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Biaya dan Kualitas Pelayanan Terhadap  
Kepuasan Pasien Rawat Inap di RS Mitra Medika  
Bondowoso

Nama Mahasiswa : Fikri Allaudin Rabbani

NIM : 120810201102

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Disetujui Tanggal : 21 September 2016

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Ketut Indraningrat, M.Si  
NIP. 196107101989021002

H.N. Ari Subagio, SE, M.Si  
NIP. 197311092000031002

Menyetujui,  
Ketua Program Studi  
S1 Manajemen

Dr. Ika Barokah S, S.E., MM  
NIP. 19780525 200312 2 002

**JUDUL SKRIPSI**

**PENGARUH BIAYA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PASIEIN RAWAT INAP DI RS MITRA MEDIKA BONDOWOSO**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Nama Mahasiswa : Fikri Allaudin Rabbani**

**NIM : 120810201102**

**Jurusan : Manajemen**

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

**SUSUNAN TIM PENGUJI**

**Ketua : Dr. Ika Barokah Suryaningsih S.E.,M.M. : (.....)**  
**NIP. 197805252003122002**

**Sekretaris : Dra. Lilik Farida M.Si : (.....)**  
**NIP. 196311281989022001**

**Anggota : Drs. Markus Apriono M.M. : (.....)**  
**NIP. 196404041989021001**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Jember

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si  
NIP. 19630614 199002 1 001

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada hamba-Nya untuk kemudahan pembuatan skripsi ini;
2. Orang tuaku, Aba Syamsir dan Umi Aida, yang telah memberikan dukungan serta doa terbaik;
3. Kakaku Asrul dan Anis, Adikku Mira, serta seseorang teristimewa yang telah memberikan semangat dan motivasi yang disertai dengan doa;
4. Dosen Pembimbing tercinta Drs. Ketut Indraningrat, M.Si dan H.N. Ari Subagio, SE, M.Si beserta guru-guru terbaikku dari kanak-kanak hingga perguruan tinggi, terimakasih atas bimbingan dan semua bekal ilmu yang telah diberikan;
5. Sahabat-sahabat terbaikku yang selalu menemani perjalanan hidupku, terimakasih atas semangat dan doanya dalam menyelesaikan Skripsi ini;
6. Teman-teman Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2012 terima kasih atas pemberian semangat serta doanya;
7. Almamater Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang kubanggakan.

**MOTTO**

Maka nikmat tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan.

(Ar-Rahman :13-77)

Ilmu itu bukan yang dihafal tetapi yang memberi manfaat.

(Imam As-Syafie)

I hated every of training, but I said, “don’t quit. Suffer now and live the rest of your life as a champion.”

(Muhammad Ali)

Tanpa cinta, kecerdasan itu berbahaya, dan tanpa kecerdasan, cinta itu tidak cukup.

(B.J Habibie)

Dahulukan akhiratnya baru dunia akan mengikuti.

(Aba)

## RINGKASAN

**PENGARUH BIAYA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT INAP DI RS MITRA MEDIKA BONDOWOSO;** Fikri Allaudin Rabbani; 120810201102; 2016; 95 Halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Kesehatan adalah kebutuhan yang sangat penting bagi manusia, dan merupakan modal utama dalam melakukan aktifitas sehari-hari. Untuk mewujudkan suatu masyarakat yang mempunyai derajat kesehatan yang tinggi, maka pelaksanaan pembangunan di sektor kesehatan menjadi prioritas. Pembangunan di sektor kesehatan seperti, memperbaiki dan memperbanyak sarana kesehatan, baik itu sarana kesehatan milik pemerintah maupun milik swasta. Lembaga kesehatan, seperti rumah sakit misalnya diharapkan mampu dapat memberikan pelayanan kesehatan mulai dari pencegahan hingga pengobatan kepada pasien. Pelayanan yang demikian mempunyai peran penting dalam pembangunan kesehatan, yaitu meningkatkan cakupan dan mutu layanan agar derajat kesehatan masyarakat menjadi lebih baik untuk mewujudkan manusia yang sehat, cerdas dan produktif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Biaya dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RS Mitra Medika Bondowoso.

Obyek pada penelitian ini adalah pasien rawat inap RS Mitra Medika Bondowoso. Dengan populasi dalam penelitian ini adalah semua pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso. Sedangkan sampel pada penelitian ini adalah pasien rawat inap RS Mitra Medika Bondowoso yang pada saat itu peneliti melakukan penelitian. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 60 responden, yang diperoleh dari seluruh variabel indikator yang digunakan dikalikan dengan 12. Dalam kajian ini jumlah indikator variabel seluruhnya berjumlah 12. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, untuk mengetahui pengaruh secara langsung dan tidak langsung dari masing-masing variabel.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh Biaya dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RS Mitra Medika Bondowoso, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Biaya dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RS Mitra Medika Bondowoso, variabel Biaya berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RS Mitra Medika Bondowoso, dan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RS Mitra Medika Bondowoso.

## SUMMARY

**THE EFFECT OF PRICE AND SERVICE QUALITY SATISFACTION INPATIENT HOSPITAL MITRA MEDIKA BONDOWOSO;** Fikri Allaudin Rabbani, 120810201102; 2016; 95 pages; Bachelor of Economics and Business; University of Jember.

Health is a very important requirement for humans, and is the main capital in conducting daily activities. To realize a society that has a high degree of health, then the implementation of the development of the health sector a priority. Development in the health sector such as, repair and reproduce health facilities, both in government health facilities and private property. Health institutions, such as hospitals for example are expected to be able to provide health care services ranging from prevention to treatment to the patient. Such services have an important role in health development, namely increasing the coverage and quality of services to the degree of public health for the better to realize a healthy human, intelligent and productive. The purpose of this study was to analyze the influence of Costs and Quality of Service to the satisfaction of Inpatient Hospital Mitra Medika Bondowoso.

Object in this study were inpatients RS Mitra Medika Bondowoso. With a population in this study were all inpatients in hospitals Mitra Medika Bondowoso. While the sample in this study were inpatients RS Mitra Medika Bondowoso who at that time researchers conducted the study. The number of samples in this study were 60 respondents, which is obtained from the entire variable indicators used multiplied by 12. In this study the number of indicator variables totaling 12. The method of data analysis used in this research is multiple linear regression analysis, to determine the effect directly and not directly from each variable.

Based on the results of research and discussion on the influence of Costs and Quality of Service to the satisfaction of Inpatient Hospital Mitra Medika Bondowoso, it can be concluded that the variable Cost and Quality Service jointly significant effect on satisfaction Inpatient Hospital Mitra Medika Bondowoso, variable costs significantly influence Inpatient Satisfaction in RS Mitra Medika Bondowoso, and Service Quality variable significantly affect Inpatient Satisfaction in RS Mitra Medika Bondowoso.

## PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kepada Allah SWT, karena atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Biaya dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RS Mitra Medika Bondowoso”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan akademis dalam rangka menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih ada kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan dari semua pihak, akhirnya penulisan skripsi ini mampu terselesaikan. Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
2. Dr. Ika Barokah Suryaningsih, M.M, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
3. Drs. Ketut Indraningrat, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran serta telah meluangkan waktu sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
4. H.N. Ari Subagio, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran serta telah meluangkan waktu sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
5. Ika Barokah, SE, MM, selaku Dosen Penguji Utama yang memberi kritik dan saran sehingga Skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Dra. Lilik Farida, M.Si, selaku Dosen Penguji Anggota yang memberi kritik dan saran sehingga Skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Drs. Markus Apriono, MM, selaku Dosen Penguji Anggota yang memberi kritik dan saran sehingga Skripsi ini menjadi lebih baik.
8. Drs. Nyoman Gede Krishnabudi, selaku Dosen Pembimbing Akademik terima kasih atas bimbingan dan sarannya dan seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang juga telah banyak membantu.
9. Keluarga tercinta, Orangtuaku Aba Syamsir dan Ibu Aida, Kakaku Asrul dan Anis serta Adiku Mira, yang selama ini telah memberikan dukungan moril maupun material dalam penyelesaian Skripsi ini serta telah memberikan dukungan dan doanya berupa kasih sayang, motivasi dan doa selama ini agar menjadi kekuatan terbaik.

10. Kepada seseorang yang istimewa yang pernah menjadi teman, sahabat, serta calon ibu dari anak-anakku nanti, terimakasih banyak telah mengenalkan aku arti dari sebuah perjuangan, deskripsi dari semangat dan pantang menyerah, serta makna dari cinta dan kesetiaan.
11. Para sahabat tercinta; Kocun, Anong, dan Sunep yang telah memberikan dukungan sejak awal skripsi sampai lulus kuliah. Terima kasih untuk persahabatan kita selama ini. Sukses untuk kalian.
12. Para teman-teman KKN 27 Novan, Adi, Satrio, Dimas, Bitsta, Azmi, Vivi, Kuntum, dan Danis terima kasih banyak telah memberi dukungan serta doa dan bantuannya.
13. Para sahabat dari MI, MTs, dan SMA yang tidak bisa saya sebutkan terimakasih banyak atas motivasi dan dukungannya.
14. Semangat untuk teman-teman seperjuangan jurusan manajemen angkatan 2012 terutama konsentrasi manajemen pemasaran angkatan 2012.
15. Seluruh pihak yang telah banyak memberikan bantuan dan dorongan semangat yang tidak dapat disebut satu persatu. Terima kasih sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi penulis berharap semoga Skripsi ini bermanfaat dan memberikan pengetahuan tambahan bagi yang membacanya.

Jember, 21 September 2016

Penulis

**DAFTAR ISI**

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vii
<b>RINGKASAN</b> .....	viii
<b>SUMMARY</b> .....	x
<b>PRAKATA</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xviii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	4
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	4
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
<b>2.1 Landas Teori</b> .....	6
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	6
2.1.2 Jasa .....	8
2.1.3 Biaya .....	9
2.1.4 Kualitas .....	15
2.1.5 Kepuasan .....	20

2.1.6 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	17
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	24
<b>2.3 Kerangka Konseptual</b> .....	26
<b>2.4 Hipotesis</b> .....	30
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b> .....	31
<b>3.1 Rancangan Penelitian</b> .....	31
<b>3.2 Populasi dan Sampel</b> .....	31
<b>3.3 Jenis dan Sumber Data</b> .....	32
<b>3.4 Metode Pengumpulan Data</b> .....	33
<b>3.5 Identifikasi Variabel</b> .....	33
<b>3.6 Definisi Operasional Variabel</b> .....	33
<b>3.7 Skala Pengukuran</b> .....	34
<b>3.8 Metode Analisis Data</b> .....	35
3.8.1 Uji Instrumen .....	35
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	36
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	37
3.8.4 Uji Hipotesis .....	37
<b>3.9 Kerangka Pemecahan Masalah</b> .....	39
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	41
<b>4.1 Gambaran Umum RS Mitra Medika Bondowoso</b> .....	41
4.1.1 Profil RS Mitra Medika Bondowoso .....	41
4.1.2 Visi dan misi RS Mitra Medika Bondowoso .....	41
<b>4.2 Karakteristik Responden</b> .....	42
<b>4.3 Analisis Deskriptif Variabel Kuesioner Penelitian</b> .....	43
4.3.1 Deskripsi variabel biaya (X1) .....	44
4.3.2 Deskripsi variabel kualitas pelayanan (X2) .....	44
4.3.3 Deskripsi variabel kepuasan pasien (Y) .....	45

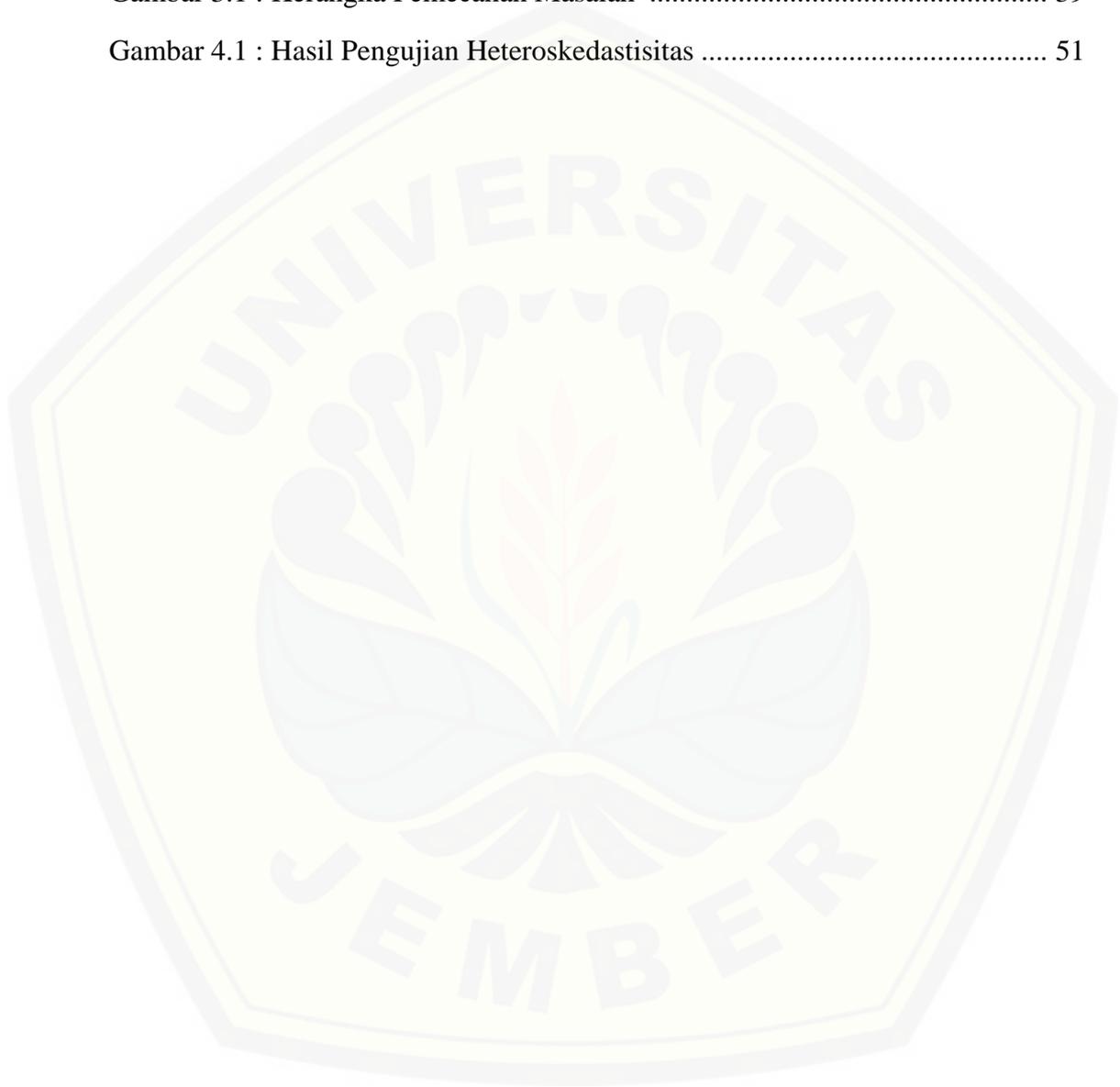
<b>4.4 Hasil Analisis Data</b> .....	46
4.4.1 Uji instrumen .....	46
4.4.2 Analisis regresi linier berganda .....	48
4.4.3 Uji asumsi klasik .....	50
4.4.4 Uji koefisien regresi linier berganda .....	53
4.4.5 Koefisien determinasi .....	56
<b>4.5 Pembahasan</b> .....	57
4.5.1 Pengaruh variabel biaya dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien .....	57
4.5.2 Pengaruh variabel biaya terhadap kepuasan pasien .....	58
4.5.3 Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien ..	60
<b>4.6 Keterbatasan Penelitian</b> .....	61
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	62
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	62
<b>5.2 Saran</b> .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	64
<b>LAMPIRAN</b> .....	67

**DAFTAR TABEL**

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 4.1 Rekapitulasi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.2 Rekapitulasi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	42
Tabel 4.3 Rekapitulasi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terrakhir .....	43
Tabel 4.4 Hasil Deskripsi Variabel Biaya .....	44
Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan .....	44
Tabel 4.6 Hasil Deskripsi Variabel Kepuasan Pasien .....	45
Tabel 4.7 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Uji Normalitas .....	48
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas.....	49
Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Heteroskedastisitas .....	50
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	52
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F) .....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi (Koefisien Determinasi) .....	55

**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual .....	26
Gambar 3.1 : Kerangka Pemecahan Masalah .....	39
Gambar 4.1 : Hasil Pengujian Heteroskedastisitas .....	51



**DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
LAMPIRAN 1. Kuesioner Penelitian .....	66
LAMPIRAN 2. Hasil Rekapitulasi Kuesioner .....	70
LAMPIRAN 3. Distribusi Frekuensi Kuesioner .....	79
LAMPIRAN 4. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	85
LAMPIRAN 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	88
LAMPIRAN 6. Hasil Uji Normalitas Data .....	91
LAMPIRAN 7. Hasil Uji Multikolinearitas Data .....	92
LAMPIRAN 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	93
LAMPIRAN 9. Tabel t .....	94
LAMPIRAN 10. Tabel F .....	95

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kesehatan adalah kebutuhan yang sangat penting bagi manusia, dan merupakan modal utama dalam melakukan aktifitas sehari-hari. Untuk mewujudkan suatu masyarakat yang mempunyai derajat kesehatan yang tinggi, maka pelaksanaan pembangunan di sektor kesehatan menjadi prioritas. Pembangunan di sektor kesehatan seperti, memperbaiki dan memperbanyak sarana kesehatan, baik itu sarana kesehatan milik pemerintah maupun milik swasta. Lembaga kesehatan, seperti rumah sakit misalnya diharapkan mampu dapat memberikan pelayanan kesehatan mulai dari pencegahan hingga pengobatan kepada pasien. Pelayanan yang demikian mempunyai peran penting dalam pembangunan kesehatan, yaitu meningkatkan cakupan dan mutu layanan agar derajat kesehatan masyarakat menjadi lebih baik untuk mewujudkan manusia yang sehat, cerdas dan produktif. Pembangunan kesehatan merupakan bagian terpadu dari pembangunan sumber daya manusia yaitu mewujudkan bangsa yang maju dan mandiri sejahtera lahir dan batin. Salah satu ciri bangsa yang maju adalah bangsa yang mempunyai derajat kesehatan yang tinggi dengan mutu kehidupan yang tinggi pula.

Rumah sakit adalah salah satu bidang jasa yang tidak terpisahkan dari pengelolaan kegiatan pemasaran, tujuan utama dari diterapkannya pendekatan pemasaran jasa pada rumah sakit adalah untuk memuaskan pasien. Tujuan tersebut dapat terwujud apabila pelayanan yang diberikan lebih dari apa yang diharapkan oleh pasien. Rumah sakit sebagai perusahaan harus berfikir profit tanpa meninggalkan fungsi sosialnya. Untuk mencapai sasaran yang dikehendaki dalam usaha mencapai profit, rumah sakit harus meningkatkan kualitas pelayanan. Demi peningkatan kualitas pelayanan, harus ada upaya untuk mengetahui harapan dan kebutuhan pasien yang beragam.

Tarif atau biaya adalah nilai sejumlah input (faktor produksi) yang dipakai untuk menghasilkan suatu produk (*output*) (Munawar, dkk, 2003). Tarif rumah sakit merupakan aspek yang sangat diperhatikan oleh rumah sakit swasta dan rumah sakit pemerintah. Tiap rumah sakit akan menetapkan tarif pelayanan sesuai dengan misinya masing-masing. Akan tetapi ada pertimbangan yang relatif sama di dalam penetapan tarif rumah sakit, yaitu mendapatkan *revenue* yang mencukupi untuk operasional rumah sakit, baik dari sumber pengguna jasa maupun dari sumber lain. Ada rumah sakit yang membutuhkan *revenue* untuk menutupi biaya

operasional saja, ada yang membutuhkan dana bahan habis pakai saja, dan ada rumah sakit yang membutuhkan dana untuk segala macam pengeluaran, termasuk penghasilan pemegang saham.

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pasien (Lewis & Booms, dalam Tjiptono dan Chandra, 2005:121), serta kualitas pelayanan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan, karena hal tersebut akan dipersepsikan oleh konsumen setelah konsumen mengkonsumsi barang atau jasa. Persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa atau layanan untuk selalu memanjakan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan terbaik kepadanya (Assauri, 2003:25).

Kepuasan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan (Engel, et al dalam Tjiptono, 2006). Perusahaan jasa pelayanan termasuk rumah sakit lebih menekankan pada kualitas proses, karena konsumen (pasien) biasanya terlibat langsung dalam proses tersebut. Kunci membentuk fokus kepuasan pada pelanggan pengguna jasa pelayanan adalah menempatkan karyawan untuk berhubungan langsung dengan pelanggan dan memberdayakan karyawan untuk mengambil tindakan yang diperlukan untuk memuaskan pelanggan. Jadi interaksi antara karyawan dan pelanggan merupakan unsur yang sangat penting dalam pembentukan fokus pada pelanggan.

Adanya fenomena persaingan yang ketat di bidang jasa pelayanan kesehatan dewasa ini menuntut rumah sakit tidak hanya menonjolkan keunggulan di bidang kualitas pelayanan, tetapi juga di bidang biaya yang harus dibayar untuk mendapatkan layanan itu. Apabila pasien mendapatkan kualitas pelayanan yang baik dengan harga yang mereka anggap *fair*, maka pasien akan puas. Sebaliknya, jika pasien merasakan kualitas pelayanan kurang baik dengan harga yang tinggi, maka pasien akan tidak puas.

Rumah Sakit Mitra Medika Bondowoso yang menjadi lokasi penelitian ini, merupakan rumah sakit yang terbilang baru, karena baru berdiri pada Tahun 2011. Namun walaupun rumah sakit ini masih terbilang baru, akan tetapi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien sudah diupayakan secara optimal agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasien. Adanya perbedaan kelas dan biaya memberikan alternatif pilihan bagi pasien sesuai dengan kemampuan

ekonominya. Selain itu juga memberikan alternatif jika kelas yang semula diinginkan sudah penuh. Rumah sakit Mitra Medika Bondowoso memiliki beberapa kelas, kelas-kelas tersebut terdiri dari kelas yang memiliki fasilitas yang bermacam-macam disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan para pasiennya.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan biaya terhadap kepuasan pasien pada RS Mitra Medika Bondowoso. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Secara umum dapat dikatakan bahwa persepsi kualitas yang baik atau positif diperoleh bila kualitas yang dialami memenuhi harapan pelanggan.

Penelitian ini pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti terdahulu seperti Dodik Agung dan Tri Gunarsih (2004) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan. Pio, Sumampouw, dan Triyono (2008) menunjukkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan, sedangkan Wahyu Kartika Aji (2011) mengemukakan bahwa kualitas layanan, harga, dan fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti penelitian ini dan penting untuk dilakukan karena untuk membuktikan secara empiris **“Pengaruh Biaya dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RS Mitra Medika Bondowoso”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso ?
3. Apakah biaya dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis pengaruh biaya terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.
- b. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.
- c. Untuk menganalisis pengaruh biaya dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi instansi, akademisi, dan bagi peneliti. Manfaat tersebut antara lain sebagai berikut :

a. Bagi instansi

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi masukan dan pertimbangan untuk mengadakan evaluasi bagi Rumah Sakit Mitra Medika Bondowoso dalam meningkatkan kepuasan pasien.

b. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman atau sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi peneliti

Sebagai bahan masukan bagi para peneliti yang akan mengadakan penelitian lebih mendalam tentang kepuasan pasien dan faktor-faktor yang mempengaruhinya di bidang jasa Rumah Sakit.

## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 Konsep Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Kotler (dalam A.B. Susanto, 2000:11)

Menurut Fandy Tjiptono (2004:3) konsep pemasaran adalah falsafah atau anggapan yang diyakini perusahaan sebagai dasar dari setiap kegiatannya dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Sedangkan menurut William J. Stanton (1984:7) pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan biaya, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

Pemasaran memiliki dua hal penting. Pertama, pemasaran merupakan filosofi sikap, perspektif atau orientasi manajemen yang menekankan pada kepuasan konsumen. Kedua, pemasaran adalah sekumpulan aktivitas yang digunakan untuk mengimplementasikan filosofi ini. (Lamb, Hair, McDaniel, 2000:6)

William J. Stanton, menyatakan konsep pemasaran adalah sebuah filsafat bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Pemasaran tersebut disusun dengan memasukan tiga elemen pokok, yaitu :

1. Orientasi kepada konsumen
2. Volume penjualan yang menghasilkan laba
3. Koordinasi semua kegiatan pemasaran

Pemasaran yang efisien, efektif, dan bertanggung jawab dapat diwujudkan dengan melakukan kegiatan pemasaran yang didasari filosofi yang matang. Ada lima konsep pemasaran yang mendasari cara organisasi melakukan kegiatan-kegiatan pemasarannya. Kotler (dalam A.B. Susanto, 2000:20), yaitu :

a) Konsep berwawasan produksi

Konsep berwawasan produksi berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk yang mudah didapat dan murah biayanya. Manajer perusahaan yang berwawasan produksi memusatkan perhatiannya untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi serta cakupan distribusi yang luas.

b) Konsep berwawasan produk

Konsep berwawasan produk berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk yang menawarkan mutu, kinerja terbaik, atau hal-hal inovatif lainnya. Manajer dalam perusahaan yang berwawasan produk memusatkan perhatian untuk membuat produk yang lebih baik dan terus menyempurnakannya.

c) Konsep berwawasan menjual

Konsep berwawasan menjual berpendapat bahwa kalau konsumen dibiarkan saja, konsumen tidak akan membeli produk perusahaan dalam jumlah cukup. Perusahaan harus melakukan usaha penjualan dan kualitas pelayanan yang agresif. Artinya konsumen yang enggan membeli harus didorong supaya membeli, serta perusahaan mempunyai banyak cara untuk memberikan kualitas pelayanan dan penjualan yang efektif untuk merangsang pembeli.

d) Konsep berwawasan pemasaran

Konsep berwawasan pemasaran berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan perusahaan terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien daripada saingannya.

e) Konsep berwawasan pemasaran sosial / bermasyarakat

Konsep berwawasan pemasaran sosial berpendapat bahwa tugas perusahaan adalah menentukan, kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasaran dan memenuhinya dengan lebih efektif serta lebih efisien daripada saingannya dengan cara mempertahankan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

Konsep berwawasan sosial meminta pemasar untuk menyeimbangkan tiga faktor dalam menentukan kebijaksanaan pemasaran mereka, yaitu keuntungan perusahaan, kepuasan pasien, dan kepentingan umum.

Perbedaan utama antara perusahaan penghasil produk berupa barang dengan perusahaan penghasil jasa adalah pada pemasarannya, dimana jasa lebih dituntut memberikan kualitas yang optimal dari customer service. Konsumen dapat memiliki penilaian yang sangat subjektif

terhadap suatu jasa karena merasakan standar kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh kepada kepuasan yang hendak diraih.

### 2.1.2 Jasa

#### a. Pengertian Jasa

Kotler (2002:486) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak dapat menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Menurut Gronroos (2000) dalam Tjiptono dan Chandra (2005:11) mendefinisikan jasa sebagai proses yang terdiri atas rangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara konsumen dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah konsumen.

Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001:15) jasa merupakan semua aktifitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik/konstruksi, yang biasanya dikonsumsi dan dihasilkan pada waktu yang sama serta memberikan nilai tambah (seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau pemecahan akan masalah yang dihadapi konsumen.

Jasa memiliki sejumlah karakteristik unik, yang membedakannya dengan barang-barang, yaitu (Lamb, Hair, McDaniel, 2000:482) :

#### 1. Tidak berwujud (Intangibility)

Perbedaan dasar antara jasa dan barang adalah jasa tidak berwujud. Karena tidak berwujud, jasa tidak dapat dipegang, dilihat, dicicipi, didengar, atau dirasakan sebagaimana yang terjadi pada barang. Jasa tidak dapat disimpan dan umumnya mudah ditiru. Penilaian kualitas dari suatu jasa sebelum atau sesudah melakukan pembelian lebih sulit dibandingkan dengan melakukan penilaian terhadap kualitas suatu barang, karena dibandingkan dengan barang jasa cenderung lebih sulit menampilkan kualitas pencarian, kualitas pencarian (*search quality*) adalah karakteristik yang lebih mudah diakses nilainya sebelum pembelian, misalnya warna peralatan rumah tangga atau mobil. Pada saat yang sama, jasa cenderung menunjukkan pengalaman yang lebih dan kualitas kepercayaan. Kualitas pengalaman adalah suatu karakteristik yang hanya dapat dinilai jika telah menggunakannya, seperti kualitas makan di suatu restoran. Kualitas kepercayaan adalah suatu karakteristik dimana konsumen sulit untuk menilai bahkan setelah pembelian

dilakukan karena mereka tidak memiliki pengetahuan dan pengalaman yang cukup, contoh jasa kesehatan dan konsultasi.

2. Tidak terpisahkan (Inseparability)

Jasa sering dijual, diproduksi, dan dikonsumsi secara bersamaan. Dengan kata lain produksi dan konsumsi merupakan aktivitas yang tidak dipisahkan. Tak terpisahkan berarti konsumen harus berada selama produksi jasa berlangsung seperti memotong rambut atau operasi (bedah). Tidak terpisahkan berarti jasa secara normal tidak diproduksi pada suatu lokasi yang berpusat dan dikonsumsi pada suatu yang berbeda, seperti yang terjadi pada barang.

3. Keanekaragaman (Heterogeneity)

Jasa yang ditawarkan cenderung tidak standar dan dibandingkan barang misalnya, para dokter dalam kelompok praktik atau tukang cukur ditempat cukur berbeda satu sama lain dalam cara dan kemampuan antara perseorangan dalam memberikan pelayanan.

4. Tidak tahan lama (Perishability)

Artinya jasa tidak dapat disimpan, dimasukan dalam gudang atau dijadikan persediaan. Misalnya, kosongnya kamar hotel dan tempat duduk dalam pesawat terbang menyebabkan tidak adanya penghasilan pada hari tersebut.

### 2.1.3 Biaya

a. Pengertian Biaya

Biaya adalah jumlah uang yang dibebankan atas produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler & Amstrong 2001:439). Kemudian terdapat indikator yang mencirikan biaya menurut kotler (2008:345) yaitu :

- a. Keterjangkauan biaya
- b. Kesesuaian biaya dengan kualitas produk
- c. Daya saing biaya
- d. Kesesuaian biaya dengan manfaat

Sedangkan menurut Basu Swastha (2007:147) biaya adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang jika mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Biasanya para pemasar menetapkan biaya untuk kombinasi antara :

- a. Barang atau jasa spesifik yang menjadi obyek transaksi
- b. Sejumlah layanan pelengkap
- c. Manfaat pemuasan kebutuhan yang diberikan produk bersangkutan

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa biaya adalah sejumlah uang yang dikeluarkan atau dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari produk yang dibeli tersebut.

#### b. Konsep Biaya

Biaya adalah sebagai jumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (nonmoneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas merupakan produk atau faktor yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu.

Terdapat 5 jenis pokok utilitas, yaitu :

##### 1. Utilitas bentuk (form utility)

Berhubungan dengan proses produksi atau konversi, yaitu perubahan fisik atau kimiawi yang membuat suatu produk menjadi lebih bernilai.

Contoh: bahan bangunan yang diolah sedemikian rupa menjadi rumah oleh arsitek, pengembang dan pihak terkait lainnya.

##### 2. Utilitas tempat (place utility)

Terbentuk jika produk tersedia di lokasi-lokasi tempat konsumen yang ingin membelinya.

Contoh :sepatu Reebok akan memiliki utilitas tempat apabila sudah dikirim dari pabrik ke gerai retail seperti mal atau toserba.

##### 3. Utilitas waktu (time utility)

Tercipta apabila suatu produk tersedia saat dibutuhkan oleh para konsumen potensial.

Contoh : kartu natal dan tahun baru bisa saja diproduksi dibulan mei namun belum dipasarkan hingga akhir november atau awal desember. Dengan menyimpan kartu natal dan tahun baru hingga saat yang dibutuhkan, pemasar telah menciptakan utilitas waktu.

##### 4. Utilitas informasi (information utility)

Dengan jalan menginformasikan calon pembeli mengenai keberadaan atau ketersediaan suatu produk. Bila konsumen belum mengetahui keberadaan suatu produk dan tempat penjualannya, maka produk bersangkutan belum ada nilainya.Salah satu bentuk utilitas informasi adalah utilitas

citra (image utility) yakni berupa nilai emosional atau psikologis yang di asosiasikan dengan produk atau merek tertentu. Utilitas citra bisa dijumpai pada produk-produk prestisius seperti universitas terkemuka, jasa penerbangan terkenal, butik, dan galeri terkemuka.

#### 5. Utilitas kepemilikan (ownership utility)

Tercipta jika terjadi transfer kepemilikan atau hak milik suatu produk dari produsen ke konsumen. Pendeknya berbagai benefit yang dimiliki oleh suatu produk jasa harus dibandingkan dengan berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengkonsumsi layanan jasa tersebut. Dalam berbagai situasi, konsumen dihadapkan pada berbagai pertimbangan mengenai apa yang mereka akan dapatkan dengan biaya sekian apabila mengkonsumsi layanan jasa tersebut. Konsumen sangat bergantung pada biaya sebagai indikator kualitas sebuah produk terutama pada waktu mereka harus membuat keputusan membeli sedangkan informasi yang dimiliki tidak lengkap. Beberapa studi telah menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap sebuah produk berubah-ubah seiring perubahan yang terjadi pada biaya. Konsep yang lain menunjukkan apabila biaya sebuah barang yang dibeli konsumen dapat memberikan hasil yang memuaskan, maka dapat dikatakan bahwa penjualan total perusahaan akan berada pada tingkat yang memuaskan, diukur dalam nilai rupiah, sehingga dapat menciptakan langganan. Dalam biaya merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan biaya dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi differensiasi barang dalam pemasaran. (Basu Swastha, 2007:148)

#### c. Tujuan Penetapan Biaya

Biaya sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, orang sering memilih biaya lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan. Apabila biaya lebih tinggi, orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik. Konsumen sering pula menggunakan biaya sebagai kriteria utama dalam menentukan nilainya. Barang dengan biaya tinggi biasanya di anggap superior dan barang yang mempunyai biaya rendah dianggap inferior (rendah tingkatannya) (Basu Swastha, 2007 : 149).

Penetapan biaya jasa penting karena terkait dengan revenue, citra, kualitas, distribusi dan lain-lain. Keputusan penetapan biaya juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh sebuah layanan jasa dinilai oleh konsumen, dan juga dalam proses membangun citra. Penetapan biaya juga memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas (Lupiyoadi, 2001 : 86).

Menurut Lovelock dan Patterson dalam Tjiptono (2005:193), tujuan umum penetapan biaya adalah untuk mendukung strategi bauran pemasaran secara keseluruhan. Setiap keputusan mengenai strategi penetapan biaya harus didasarkan pada pemahaman secara mendalam atas tujuan spesifik yang ingin perusahaan capai. Ada tiga kategori tujuan spesifik penetapan biaya jasa, yakni :

1. Tujuan Berorientasi Pendapatan

a. Mengejar profit :

1. Menghasilkan surplus sebesar mungkin.
2. Mencapai tingkat target spesifik, tetapi tidak berusaha memaksimalkan laba.

b. Menutup Biaya :

1. Menutup biaya teralokasi secara penuh (termasuk biaya overhead institusional).
2. Menutup biaya penyediaan satu kategori jasa atau produk tertentu (setelah dikurangi biaya overhead institusional dan segala macam hibah spesifik).
3. Menutup biaya penjualan inkremental kepada satu konsumen ekstra.

2. Tujuan Berorientasi Kapasitas

Yaitu dengan mengubah biaya sepanjang waktu untuk memastikan bahwa permintaan sesuai dengan penawaran yang tersedia pada setiap waktu tertentu (sehingga bisa mengoptimalkan kapasitas produktif).

3. Tujuan Berorientasi Pasien

- a. Memaximumkan permintaan (apabila kapasitasnya tidak terbatas) dalam rangka mencapai tingkat pendapatan minimum tertentu.
- b. Menetapkan biaya sesuai dengan perbedaan kemampuan membayar berbagi segmen pasar yang menjadi target pemasaran organisasi.
- c. Menawarkan metode pembayaran (termasuk fasilitas kredit) yang bisa meningkatkan kemungkinan membeli.

Dikutip dari buku Rambat Lupiyoadi (2001:88), yaitu :

1. Survival, merupakan suatu usaha untuk tidak melaksanakan tindakan-tindakan untuk meningkatkan profit ketika perusahaan sedang dalam kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha tersebut cenderung dilakukan untuk bertahan.
2. Profit maximization, penentuan biaya bertujuan untuk memaksimalkan profit dalam periode tertentu.
3. Sales maximization, penentuan biaya bertujuan untuk membangun pangsa pasar (market share) dengan melakukan penjualan pada biaya awal yang merugikan.
4. Prestige, tujuan penentu biaya adalah untuk memkualitaskan pelayanan jasa perusahaan tersebut sebagai jasa yang eksklusif.
5. ROI, tujuan penentuan biaya didasarkan atas pencapaian return of investment yang diinginkan.

Tujuan penetapan biaya bisa mendukung strategi pemasaran berorientasi pada permintaan primer apabila perusahaan meyakini bahwa biaya yang lebih murah dapat meningkatkan jumlah pemakai, tingkat pemakaian atau pembelian ulang dalam bentuk atau kategori produk tertentu.

#### d. Faktor Pertimbangan dalam Penetapan Biaya

Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menetapkan biaya dibagi menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1. Faktor internal yang mempengaruhi keputusan penetapan biaya, meliputi (Kotler & Amstrong, 341)
  - a. Sasaran pemasaran
  - b. Strategi bauran pemasaran
  - c. Biaya
  - d. Pertimbangan organisasi
2. Faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan penetapan biaya, meliputi (Kotler & Amstrong, 341)
  - a. Pasar dan permintaan
  - b. Biaya-biaya dan tawaran pesaing
  - c. Faktor-faktor eksternal yang lain

Sedangkan menurut Lupiyoadi (2006) penetapan biaya perlu dijabarkan ke dalam penetapan biaya jasa dengan mempertimbangkan faktor-faktor berikut :

### 1. Elastisitas biaya permintaan

Efektivitas program penetapan biaya tergantung pada dampak perubahan biaya terhadap permintaan, karena itu perubahan unit penjualan sebagai akibat perubahan biaya perlu diketahui. Namun, perubahan memiliki dampak ganda terhadap penerimaan penjualan perusahaan, yakni perubahan unit penjualan dan perubahan penerimaan per unit. Jadi, manajer jangan hanya berfokus pada sensitivitas biaya di pasar, namun juga mempertimbangkan dampak perubahan biaya terhadap pendapatan total.

#### 1. Faktor persaingan

Reaksi pesaing terhadap perubahan biaya merupakan salah satu faktor penting yang perlu dipertimbangkan setiap perusahaan.

#### 2. Faktor biaya

Struktur biaya perusahaan (biaya tetap dan biaya variabel) merupakan faktor pokok yang menentukan batas bawah biaya.

#### 3. Faktor lini produk

Perusahaan bisa menambah lini produknya dalam rangka memperluas *served market* dengan cara perluasan lini dalam bentuk perluasan vertikal (*vertical extension*) dan perluasan horizontal.

#### 4. Faktor pertimbangan lain

Faktor-faktor lain yang juga harus dipertimbangkan dalam rangka merancang program penetapan biaya antara lain :

- a. Lingkungan politik dan hukum, misalnya regulasi, perpajakan, perlindungan konsumen.
- b. Lingkungan internasional, diantaranya lingkungan politik, ekonomi, sosial, budaya, sumber daya alam, dan teknologi dalam konteks global.

Selain faktor-faktor tersebut juga perlu diperhatikan prosedur-prosedur dalam penetapan biaya, meliputi (Basu Swastha, 2007:149) :

1. Mengestimasi permintaan untuk barang tersebut
2. Mengetahui lebih dulu reaksi dalam persaingan
3. Menentukan market share yang dapat diharapkan
4. Memilih strategi biaya untuk mencapai target pasar
5. Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan

Keputusan tentang biaya (terutama dalam konteks pemasaran jasa) tidak mudah dilakukan. Disatu sisi biaya yang terlalu mahal bisa meningkatkan laba jangka pendek, tetapi disisi lain sulit dijangkau konsumen dan sukar bersaing dengan kompetitor. Sedangkan bila biaya terlalu murah pangsa pasar bisa melonjak, namun margin kontribusi dan laba bersih yang diperoleh akan berkurang. Selain itu sebagian konsumen bisa saja mempersepsikan kualitasnya jelek (Tjiptono, 2004:178).

#### 2.1.4 Kualitas

##### A. Pengertian Kualitas

Kualitas memiliki definisi yang berbeda-beda bagi setiap orang. Tidak ada definisi tentang kualitas yang di terima secara universal. Banyak pakar di bidang kualitas yang telah mendefinisikan kualitas berdasarkan sudut pandangnya masing masing.

a. Menurut American Society for Quality Control ( Kotler, 1997 ).

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

b. J.M. Juran (dalam Tjiptono, 2006:17) .

Kualitas adalah kesesuaian spesifikasi untuk penggunaan (fitness for use). Kesesuaian penggunaan itu didasarkan pada lima ciri utama berikut:

1. Teknologi, yaitu kekuatan atau daya tahan
2. Psikologis, yaitu citra rasa atau status
3. Waktu, yaitu kehandalan
4. Kontraktual, yaitu adanya jaminan
5. Etika, yaitu sopan santun, ramah, atau jujur

Kesesuaian penggunaan suatu produk adalah apabila produk mempunyai daya tahan penggunaan yang lama, meningkatkan citra atau status konsumen yang memakainya, tidak mudah rusak adanya jaminan kualitas (*quality assurance*), dan sesuai etika bila digunakan. Kecocokan penggunaan produk seperti dikemukakan di atas memiliki dua aspek utama, yaitu:

a) Ciri-ciri produk yang memenuhi permintaan konsumen

Ciri-ciri produk berkualitas tinggi adalah apabila memiliki ciri-ciri yang khusus yang berbeda dari produk pesaing dan dapat memenuhi harapan atau tuntutan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pasien, meningkatkan volume penjualan dan dapat dijual dengan harga yang tinggi.

b) Bebas dari kekurangan

Suatu produk dikatakan berkualitas tinggi apabila di dalam produk tidak terdapat kekurangan sehingga perusahaan dapat mengurangi tingkat kesalahan, mengurangi pemborosan, mengurangi ketidakpuasan pasien dan dapat meningkatkan kinerja produk atau jasa.

Meskipun tidak ada definisi mengenai kualitas yang diterima secara universal, dari definisi-definisi yang ada terdapat beberapa kesamaan, yaitu dalam elemen-elemen sebagai berikut:

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan konsumen.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).

David Garvin (dalam Lovelock, 1994 : 98-99 dan Ross, 1993 : 97-98) dikutip dalam Tjiptono (2000 : 51) mengidentifikasi adanya lima alternative perspektif kualitas yang biasa digunakan :

*1. Transcendental Approach*

Kualitas dalam pendekatan ini dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan. Sudut pandang ini biasanya diterapkan dalam dunia seni, misalnya seni musik, seni drama, seni tari dan seni rupa. Meskipun demikian suatu perusahaan dapat mempromosikan suatu produknya melalui pernyataan-pernyataan maupun pesan-pesan komunikasi seperti tempat berbelanja yang menyenangkan (super market), elegan (mobil),kecantikan wajah (kosmetik), kelembutan dan kehalusan kulit (sabun mandi), dan lain-lain.

*2. Product-based Approach*

Pendekatan ini menganggap kualitas sebagai karakteristik atau atribut yang dapat dikuantifikasikan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk.

### 3. *User-based Approach*

Pendekatan didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

### 4. *Manufacturing-based Approach*

Perspektif ini bersifat *supply-based* dan terutama memperhatikan praktik-praktik perkerayaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai sama dengan persyaratannya (*conformance to requirements*). Jadi yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang menggunakannya.

### 5. *Value-based Approach*

Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah produk atau jasa yang paling tepat dibeli (*best-buys*).

#### a. Konsep Kualitas Pelayanan Jasa

Dalam industri jasa kesehatan, kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi bisnis yang ditekankan pada pemenuhan keinginan konsumen. Di sisi lain, kinerja perusahaan dan kepuasan konsumen merupakan satu kesatuan yang sulit untuk dipisahkan. Kinerja berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen.

Oleh karena itu suatu unit bisnis diharapkan dapat meningkatkan kinerjanya, dimulai dengan mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen.

Kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pasien. Lewis & Booms (dalam Tjiptono dan Chandra, 2005 : 121).

Menurut Tjiptono (1996 : 59) definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Wyckof dalam Fandy Tjiptono (2004 : 260) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Dengan kata lain ada dua faktor utama mempengaruhi kualitas jasa, yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan (*perceived service*) (Parasuraman, et al., 1985). Implikasinya baik buruknya kualitas jasa tergantung kepada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pasiennya secara konsisten.

Untuk dapat mengelola produk atau jasa dengan berkualitas, maka perusahaan harus memperhatikan lima kesenjangan yang berkaitan dengan sebab kegagalan perusahaan. Menurut Rambat Lupiyoadi (2001 : 152), ada lima kesenjangan yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan, yaitu :

1. Gap persepsi manajemen, yaitu adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi karena kurang orientasi penelitian pemasaran, pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan penelitian, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dan konsumen, komunikasi dari bawah ke atas yang kurang memadai, serta terlalu banyaknya tingkatan manajemen.
2. Gap spesifikasi kualitas, yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan ini terjadi antara lain: karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standarisasi tugas dan tidak adanya penyusunan tujuan.
3. Gap penyampaian pelayanan, yaitu kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*service delivery*) dan teamwork. Kesenjangan ini terutama disebabkan oleh faktor-faktor konflik peran, kesesuaian pegawai dengan tugas yang harus dikerjakannya, kesesuaian teknologi yang digunakan pegawai, sistem pengendalian dari atasan, kontrol yang dirasakan (*perceived control*), kerjasama sekelompok (*teamwork*).
4. Gap komunikasi pemasaran, yaitu kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Ekspektasi pasien mengenai kualitas pelayanan dipengaruhi pernyataan yang dibuat oleh perusahaan melalui komunikasi pemasaran.
5. Gap dalam pelayanan yang dirasakan, yaitu perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan yang diharapkan oleh pasien. Jika keduanya terbukti sama, maka perusahaan akan memperoleh citra dan dampak positif. Namun bila yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kesenjangan ini akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan.

## B. Dimensi Kualitas

Parasuraman et. al., (1998) dikutip dalam Lupiyoadi (2001 : 148-149) berhasil mengidentifikasi lima dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yang meliputi:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat di andalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (Contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
2. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pasien yang berarti ketepatan waktu pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
5. Empati (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pasien dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi konsumen.

### 2.1.5 Kepuasan

#### A. Pengertian Kepuasan

Ada berbagai macam definisi yang disampaikan oleh para pakar mengenai kepuasan pasien, antara lain :

##### 1. Day dalam Tjiptono (1996).

Kepuasan konsumen sebagai respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

##### 2. Kotler (1997) dalam Lupiyoadi (2005).

Kepuasan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan.

Berdasarkan kedua definisi tersebut, maka dapat diketahui adanya kesamaan tentang komponen kepuasan konsumen yaitu harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pada umumnya harapan-harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk, sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk atau jasa yang dibeli (Tjiptono, 1996 : 147).

Ada dua faktor yang sangat menentukan kepuasan konsumen yaitu harapan konsumen dan kinerja yang mereka rasakan. Konsumen akan memiliki harapan mengenai bagaimana produk tersebut seharusnya berfungsi (*performanceexpectation*), harapan tersebut adalah standar kualitas yang akan dibandingkan dengan kinerja produk yang sesungguhnya dirasakan konsumen. Maka pada dasarnya konsumen menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk dan jasa yaitu dengan membandingkan kinerja yang konsumen rasakan dengan suatu tingkat harapan konsumen yang telah dipersepsikan terlebih dahulu. Apabila konsumen merasa puas maka akan menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tersebut yang dapat mendorong kemungkinan dilakukannya pembelian ulang atas produk tersebut.

Menurut Tjiptono (1996 : 161), ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan konsumen, yaitu :

a. Strategi *Relationship Marketing*

Merupakan strategi dimana suatu transaksi antara penjual dan pembeli berkelanjutan dan tidak berakhir setelah proses penjualan selesai. Dengan kata lain terjalin suatu kemitraan dengan konsumen secara terus-menerus.

b. Strategi *Superior Customer Service*

Merupakan strategi dimana perusahaan berorientasi untuk menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing. Perusahaan yang menggunakan strategi ini, akan memperoleh manfaat yang sangat besar dari pelayanan yang lebih baik. Meskipun pada akhirnya strategi ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia (SDM), dan usaha yang gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan superior.

c. Strategi *Unconditional Service guarantee*

Strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada konsumen yang pada gilirannya akan menjadi kebijakan program penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Garansi atau jaminan dalam hal ini mutlak dirancang untuk meringankan resiko atau kerugian konsumen, dalam hal yang tidak puas dengan suatu produk atau jasa yang telah dibayar oleh konsumen.

d. Strategi Penanganan Keluhan yang Efisien

Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang konsumen yang tidak puas menjadi konsumen produk perusahaan yang puas. Kecepatan dan ketepatan penanganan merupakan hal yang penting bagi terwujudnya kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Karena semakin lama keluhan ditangani, maka konsumen akan berpikir bahwa perusahaan tidak mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Semua pihak yang ada dalam perusahaan berhak dan wajib turut campur dalam penanganan keluhan terutama pihak manajemen puncak.

e. Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan

Melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan konsumen secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, salesmanship. Dan public relations kepada pihak manajemen dan karyawan, memasukkan unsur kemampuan untuk memuaskan pasien kedalam sistem penilaian prestasi karyawan, dan memberikan empowerment yang lebih besar kepada para karyawan dalam melaksanakan tugasnya.

#### f. Menerapkan *Quality Function Deployment*

Strategi ini untuk merancang proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan konsumen, QFD berusaha menerjemahkan apa yang dibutuhkan konsumen menjadi apa yang dihasilkan organisasi. Dengan demikian QFD memungkinkan suatu perusahaan untuk memprioritaskan kebutuhan konsumen, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut, dan memperbaiki proses hingga mencapai efektivitas maksimum. Hal ini dilaksanakan dengan melibatkan konsumen dalam proses pengembangan produk secepat mungkin.

Setiap perusahaan yang memperhatikan kepuasan konsumen akan memperoleh beberapa manfaat pokok sebagai berikut (Tjiptono,2005) :

1. Reputasi perusahaan semakin positif di mata masyarakat pada umumnya dan konsumen pada khususnya.
2. Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen
3. Memungkinkan terciptanya rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan sehingga semakin banyak orang yang akan membeli dan menggunakan produk/ jasa perusahaan.
4. Meningkatkan volume penjualan dan keuntungan
5. Hubungan antara perusahaan dan para konsumen menjadi harmonis.

#### B. Cara Mengukur Kepuasan

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk mengidentifikasi, mengukur dan memantau kepuasan konsumen perusahaan. Kotler (2004) dalam Tjiptono & Chandra (2005) mengemukakan beberapa metode yang bisa digunakan yaitu:

##### 1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada konsumen perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para konsumennya guna menyampaikan kritik dan saran, pendapat serta keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat- tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus dan lain- lain mengingat zaman sekarang teknologi sudah maju sekarang perusahaan-perusahaan dapat membuat account di jejaring sosial dan mengirim keluhan atau dapat melalui e-mail.

##### 2. Ghost Shopping (Belanja samaran)

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (ghost shopper) untuk berperan atau bersikap sebagai konsumen/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing.

Kemudian Ghost shopper menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

### 3. Lost Customer Analysis (Analisis Pasien yang Hilang)

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para konsumennya yang telah berhenti membeli atau telah beralih pemasok dan diharapkan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

### 4. Survei Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen dilakukan dengan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Dengan melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumennya.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1. Penelitian Terdahulu

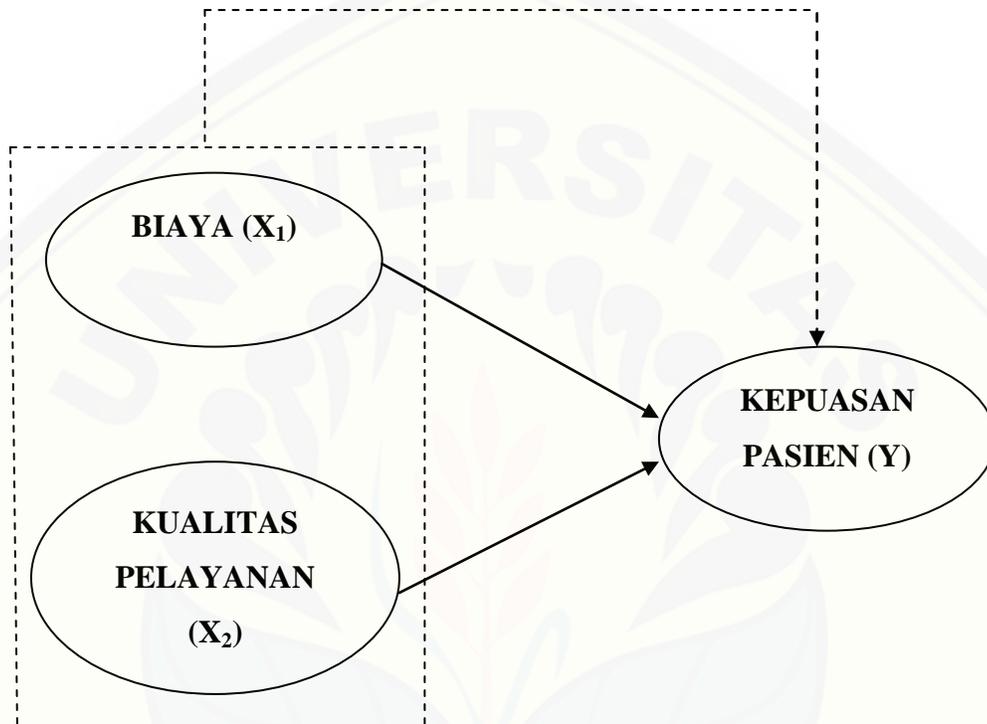
Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
Dodik Agung dan Tri Gunarsih (2004)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Perorangan dan Kelompok: Studi Kasus pada PD BPR BANK PASAR Kabupaten Karanganyar	Regresi linier Berganda	Kualitas pelayanan Berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah
Reza Ryandi Aditya (2011)	Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Keragaman Menu, Kualitas pelayanandan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Pizza Hut DP Mall Semarang	Analisis regresi linier berganda	Hasil menunjukkan bahwa biaya, lokasi, pelayanan, dan kualitas pelayanan Pizza Hut DP Mall Semarang secara umum sudah cukup baik meskipun dalam beberapa hal masih kurang untuk memenuhi harapan konsumen.
Pio,Sumampouw, danTriyono	Pengaruh Kualitas Layanan	Regresi sederhana dan	Kualitas Layanan mempunyai

(2008)	terhadap Kepuasan Pasien pada PT Angkasa Pura 1 Bandar Udara Sam Ratulangi Manado	berganda	pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien
Wahyu Kartika Aji (2011)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Biaya, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien (Studi Pada Pasien Klinik As Syifa di Kab. Bekasi)	Regresi Linier Berganda	Kualitas layanan, biaya, dan fasilitas mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pasien

Sumber : Penelitian Terdahulu

### 2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menguraikan pokok permasalahan yang akan diteliti sekaligus mencerminkan alur pemikiran dalam sebuah penelitian. Adapun kerangka konseptual pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

Sumber : Data diolah

Keterangan :

—— : Parsial

----- : Simultan

Berdasarkan gambar kerangka konseptual, penelitian ini menggunakan tiga variable diantaranya:

- a. Biaya ( $X_1$ ) adalah jumlah uang yang dibebankan atas produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler & Armstrong 2001:439).

Konsumen pada dasarnya sangat bergantung pada biaya sebagai indikator sebuah kualitas produk atau jasa terutama pada waktu mereka harus membuat keputusan membeli sedangkan informasi yang dimiliki tidak lengkap sehingga itu menyebabkan persepsi konsumen terhadap biaya itu mudah sekali berubah serta konsumen akan beranggapan bahwa biaya yang cenderung tinggi itu dapat menciptakan layanan lebih baik (Basu Swastha 2007:149)

Berikut adalah indikator-indikator biaya :

1. keterjangkauan biaya( $X_{1.1}$ )
2. kesesuaian biaya dengan kualitas pelayanan ( $X_{1.2}$ )
3. daya saing biaya ( $X_{1.3}$ )
4. kesesuaian biaya dengan manfaat yang diterima ( $X_{1.4}$ )

Dari indikator yang tertera di atas bahwa biaya mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan terutama kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso. Indikator yang pertama adalah keterjangkauan biaya, keterjangkauan biaya mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pasien khususnya pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso itu dikarenakan bahwa biaya yang terjangkau dapat menimbulkan minat lebih tinggi kepada para pasien yang akan dirawat di rumah sakit tersebut tetapi dengan tidak mengesampingkan kualitas layanannya. Kemudian indikator yang kedua adalah kesesuaian biaya dengan kualitas pelayanan, kesesuaian biaya dengan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pasien khususnya pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso itu dikarenakan bahwa biaya yang diberikan oleh rumah sakit tersebut harus sesuai dengan kualitas pelayanan yang diterima oleh pasiennya sehingga pasien tersebut akan merasa puas akan biaya yang dikeluarkan dengan kualitas pelayanan yang didapatkan. Lalu indikator yang ketiga adalah daya saing biaya, daya saing biaya mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pasien khususnya pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso itu dikarenakan bahwa biaya yang ditawarkan oleh rumah sakit tersebut harus mampu bersaing dengan rumah sakit lain yang disekitarnya agar pasien yang akan menggunakan jasa kesehatan rumah sakit tersebut tidak merasa dirugikan dengan biaya yang telah ditawarkan. Dan indikator yang

terakhir adalah kesesuaian biaya dengan manfaat yang diterima, kesesuaian biaya dengan manfaat yang diterima mempunyai pengaruh dengan kepuasan pasien khususnya pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso itu dikarenakan bahwa biaya yang diberikan oleh rumah sakit harus sesuai dengan hasil atau manfaat yang diterima oleh pasiennya, misalnya pasien tersebut mendapatkan kesembuhan dari jasa kesehatan yang telah ia gunakan di rumah sakit tersebut sehingga pasien tersebut akan merasa puas dengan kualitas yang dimiliki rumah sakit tersebut.

- b. Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat (Kotler, 1997)

Berikut adalah indikator-indikator kualitas pelayanan :

1. Bangunan dan ruangan bersih, nyaman, dan rapi ( $X_{2.1}$ )
2. Kecepatan dan ketepatan dalam melayani pasien ( $X_{2.2}$ )
3. Kesiagaan dan kecepatan petugas dalam menghadapi keluhan pasien ( $X_{2.3}$ )
4. Pengetahuan dan keterampilan petugas medis ( $X_{2.4}$ )
5. Kepedulian dan perhatian terhadap keluhan dan kebutuhan pasien ( $X_{2.5}$ )

Dari indikator yang tertera di atas bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan terutama kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso. Indikator yang pertama adalah bangunan dan ruangan bersih, nyaman, dan rapi, indikator tersebut mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pasien khususnya pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso itu dikarenakan kualitas pelayanan yang mempunyai bangunan dan ruangan bersih, nyaman, dan rapi, dapat memberikan kenyamanan terhadap pasien yang di rawat di RS Mitra Medika Bondowoso. Kemudian indikator yang kedua adalah kecepatan dan ketepatan dalam melayani pasien, indikator tersebut mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pasien khususnya pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso itu dikarenakan kecepatan dan ketepatan dalam melayani pasien merupakan sebuah keharusan agar pasien yang di rawat di RS Mitra Medika Bondowoso itu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit tersebut. Indikator yang ketiga adalah kesiagaan dan kecepatan petugas dalam menghadapi keluhan pasien, indikator tersebut mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pasien khususnya pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso itu dikarenakan kecepatan dan kesiagaan petugas dalam

menghadapi keluhan pasien merupakan suatu hal yang sangat penting agar para pasien yang dirawat di RS Mitra Medika Bondowoso tersebut dapat dapat ditangani dengan baik. Indikator yang keempat adalah pengetahuan dan keterampilan petugas medis, indikator tersebut mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pasien khususnya pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso itu dikarenakan pengetahuan dan keterampilan petugas medis sangat dibutuhkan agar para pasien yang dirawat di RS Mitra Medika Bondowoso mendapatkan pelayanan yang berkualitas. Dan indikator yang terakhir adalah kepedulian dan perhatian terhadap keluhan dan kebutuhan pasien, indikator tersebut mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pasien khususnya pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso itu dikarenakan kepedulian dan perhatian terhadap keluhan dan kebutuhan pasien merupakan suatu hal yang sangat dibutuhkan agar pasien yang dirawat di RS Mitra Medika Bondowoso mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan kehendak mereka.

- c. Kepuasan pasien ( $Y_{1.1}$ ) adalah respon pasien terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya (Day dalam Tjiptono, 1996)

Sedangkan menurut Kotler (1997) dalam Lupiyoadi (2005) kepuasan pasien adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan.

Berdasarkan kedua definisi tersebut, maka dapat diketahui adanya kesamaan tentang komponen kepuasan pasien yaitu harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pada umumnya harapan-harapan pasien merupakan perkiraan atau keyakinan pasien tentang apa yang diterimanya bila ia membeli atau mengonsumsi suatu produk, sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pasien terhadap apa yang ia terima setelah mengonsumsi produk atau jasa yang dibeli (Tjiptono, 1996 : 147).

Berikut adalah indikator-indikator kepuasan :

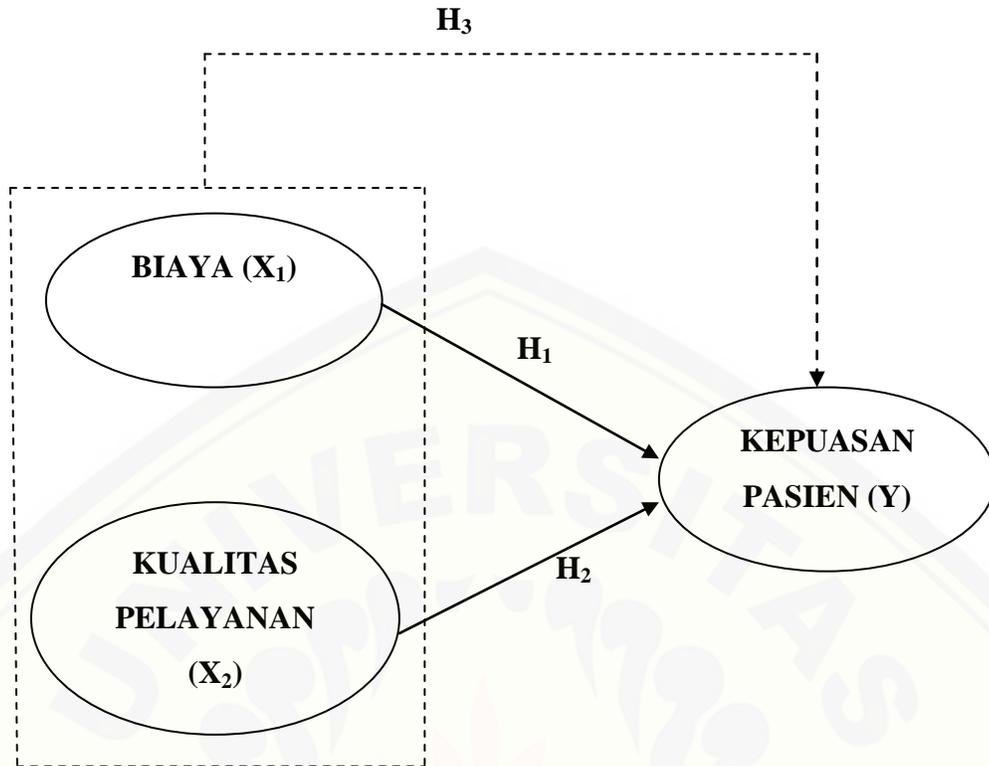
1. Kepuasan terhadap fasilitas yang diberikan ( $Y_{1.1}$ )
2. kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan ( $Y_{1.2}$ )
3. kembali menggunakan jasa ( $Y_{1.3}$ )

Dari indikator yang tertera di atas bahwa kepuasan terutama kepuasan pasien mempunyai pengaruh yang positif terhadap biaya dan kualitas pelayanan di RS Mitra Medika Bondowoso. Indikator yang pertama adalah kepuasan terhadap fasilitas yang diberikan, kepuasan terhadap fasilitas yang diberikan mempunyai pengaruh terhadap biaya dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh RS Mitra Medika Bondowoso itu dikarenakan fasilitas yang disediakan oleh RS Mitra Medika Bondowoso harus sesuai dengan biaya yang ditawarkan oleh rumah sakit tersebut agar konsumen dapat terpuaskan. Kemudian indikator yang kedua adalah kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan, kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan mempunyai pengaruh terhadap biaya dan kualitas pelayanan itu dikarenakan biaya yang ditawarkan oleh rumah sakit tersebut harus sesuai dengan pelayanan yang diberikan agar para pasien memiliki loyalitas terhadap RS Mitra Medika Bondowoso. Dan indikator yang terakhir adalah kembali menggunakan jasa, kembali menggunakan jasa mempunyai pengaruh terhadap biaya dan kualitas pelayanan itu dikarenakan biaya merupakan aspek penting dalam jasa kesehatan oleh karena itu jika konsumen sudah merasa cocok atau sesuai dengan biaya yang ditawarkan oleh rumah sakit maka konsumen akan senantiasa untuk kembali menggunakan jasa kesehatan tersebut.

#### 2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian yang masih akan diuji kebenarannya. Dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- $H_1$  = biaya secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.
- $H_2$  = kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.
- $H_3$  = biaya dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.



Keterangan :  
—— : Parsial  
----- : Simultan

### BAB 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Rancangan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, jenis penelitian yang dilakukan adalah *explanatory research*, yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal dan menguji keterkaitan antara beberapa variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini akan menjelaskan pengaruh biaya dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.

#### 3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 1999). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien rawat inap RS Mitra Medika Bondowoso.

Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Sampel yang di ambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 1999).

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Non Probability Sampling* yaitu metode sampling yang tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap unsur atau populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2004). Jenis *Non Probability Sampling* yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Metode *Purposive Sampling* adalah metode pengambilan sampel yang berdasarkan pertimbangan tertentu dan harus mewakili populasi yang akan diteliti. Adapun kriteria yang akan dilakukan dalam mengambil sampel yang akan diteliti yaitu respondennya adalah seluruh pasien rawat inap RS Mitra Medika Bondowoso yang pernah dirawat sebelumnya di rumah sakit lain yang ada di kota tersebut serta memiliki usia di atas 18 tahun.

Ferdinand (2006:51) menyarankan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Jumlah variabel yang diteliti sebanyak dua variabel bebas dan satu variabel terikat sehingga total seluruhnya menjadi 18 indikator. Penelitian ini menggunakan

jumlah 6 kali parameter yang digunakan dalam penelitian untuk sampel. maka jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 60 responden.

$$\begin{aligned}n &= \{5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan}\} \\ &= 5 \times 12 \text{ indikator} \\ &= 60\end{aligned}$$

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

#### A. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka, yang diperoleh dari skor-skor jawaban responden. Dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data.

#### B. Sumber Data

Ada 2 jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya (Iqbal Hasan, 2002). Data primer yang dipakai dalam penelitian ini adalah data-data dari kuesioner yang secara langsung diisi oleh responden yaitu pasien rawat inap RS Mitra Medika Bondowoso.

##### 2. Data Skunder

Data skunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Iqbal Hasan, 2002). Data skunder yang diperoleh pada penelitian ini berasal dari arsip dan dokumen lain yang berasal dari RS Mitra Medika Bondowoso.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu metode pengumpulan data dengan menggunakan dan mempelajari literature yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### 2. Kuesioner

Tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan daftar pernyataan untuk diisi oleh responden yaitu pasien rawat inap RS Mitra Medika Bondowoso.

### 3.5 Identifikasi Variabel

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan, maka variabel-variabel yang akan diteliti dan dianalisis dalam penelitian dikelompokkan menjadi 2 macam

- a. Variabel bebas atau *independent variabel* (X) terdapat dua variabel bebas yaitu biaya (X1) dan kualitas pelayanan (X2).
- b. Variabel terikat atau *dependen variabel* (Y) yaitu kepuasan pasien.

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel adalah penjabaran masing-masing variabel terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Pada penelitian ini terdapat beberapa definisi operasional variabel, diantaranya :

- a. Variabel Independen (X1) : Biaya

Biaya adalah sejumlah biaya yang harus dibayarkan pasien untuk mendapatkan jasa jasa kesehatan di RS Mitra Medika Bondowoso.

Berikut adalah indikator yang akan digunakan dalam variabel ini :

1. Keterjangkauan biaya
2. Kesesuaian biaya dengan kualitas layanan
3. Daya saing biaya
4. Kesesuaian biaya dengan manfaat yang diterima

b. Variabel Independen ( $X_2$ ) : Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sifat dari suatu produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pasien di RS Mitra Medika Bondowoso

Berikut adalah indikator yang akan digunakan dalam variabel ini :

1. Bangunan dan ruangan bersih, nyaman, dan rapi ( $X_{2.1}$ )
2. Kecepatan dan ketepatan dalam melayani pasien ( $X_{2.2}$ )
3. Kesiagaan dan kecepatan petugas dalam menghadapi keluhan pasien ( $X_{2.3}$ )
4. Pengetahuan dan keterampilan petugas medis ( $X_{2.4}$ )
5. Kepedulian dan perhatian terhadap keluhan dan kebutuhan pasien ( $X_{2.5}$ )

c. Variabel Dependen (Y): Kepuasan Pasien

Kepuasan pasien adalah perasaan senang atau kecewanya konsumen terhadap layanan jasa kesehatan yang telah diberikan oleh RS Mitra Medika Bondowoso.

Berikut adalah indikator yang akan digunakan dalam variabel ini :

1. Kepuasan terhadap fasilitas yang diberikan
2. Kepuasan terhadap layanan yang diberikan
3. Kembali menggunakan

### 3.7 Skala Pengukuran

Pengukuran pengaruh biaya dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso melalui skala Likert digunakan dengan lima tingkatan yang diberi skor sebagai berikut (Sugiyono,2004:86):

- a) Sangat setuju diberi skor lima
- b) Setuju diberi skor empat
- c) Netral diberi skor tiga
- d) Tidak setuju diberi skor dua
- e) Sangat tidak setuju diberi skor satu.

### 3.8 Metode Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Instrumen

##### a. Uji Validitas

Validitas adalah keadaan yang menggambarkan tingkat instrumen yang bersangkutan mampu mengukur apa yang diukur (Arikunto, 2000:219).

Menurut Arikunto (2013:213) rumus yang digunakan adalah:

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

keterangan:

r = koefisien korelasi

x = nilai variabel bebas

y = nilai variabel terikat

n = jumlah data (responden populasi)

Instrumen dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$ . Selain itu juga, bisa dilihat dari nilai signifikansinya, jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka instrumen tersebut dapat dikatakan tidak valid. Sebaliknya, jika lebih kecil dari 0,05 maka instrumen tersebut dapat dikatakan valid (Yarnest, 2003:65)

##### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Arikunto, 2000:140)

Sugiyono (2015:182) mengatakan reabilitas adalah derajat konsistensi/kejelasan suatu instrumen. Instrumen dinyatakan reliabel, apabila instrumen tersebut digunakan untuk mengukur objek/subjek yang sama oleh orang yang sama atau berbeda dalam kurun waktu yang berbeda, akan menghasilkan data yang relatif sama.

##### c. Uji Normalitas Data

Uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dengan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita. Uji normalitas sebaiknya dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model penelitian untuk

mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Uji normalitas menjadi hal penting karena sebagai salah satu syarat parametrik test (Sarjono dan Julianita, 2011:80).

Pada penelitian ini normalitas data dapat diamati dengan menggunakan *saphiro wilk test* dengan derajat keyakinan  $\alpha$  sebagai 5%. Kriteria pengujian dengan melihat besaran *saphiro wilk test* adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka data tersebut berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

### 3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel terhadap variabel lain. Dalam analisis regresi variabel yang mempengaruhi disebut *independent variabel* (variabel bebas) dan variabel yang dipengaruhi disebut *dependent variabel* (variabel terikat). Jika dalam persamaan regresi hanya terdapat salah satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka disebut sebagai regresi sederhana, sedangkan jika variabel bebasnya lebih dari satu, maka disebut sebagai persamaan regresi linier berganda (Priyatno, 2010:124). Untuk mengetahui pengaruh biaya dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di RS Mitra Medika Bondowoso digunakan analisis regresi linier berganda (Priyatno, 2010:124).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan Pasien  
a = konstanta  
b1 = koefisien untuk variabel biaya  
b2 = koefisien untuk variabel kualitas pelayanan  
X1 = Biaya  
X2 = Kualitas Pelayanan  
e = error

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghazali (2005:91) uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau

tidaknya multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menganalisis apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Kita dapat melihatnya dari grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Dasar membentuk pola tertentu atau teratur maka mengidentifikasi telah terjadi heterokedastisitas. Sebaliknya apabila titik-titik yang ada menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2001:70).

3.8.4 Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh dari variabel independen (X) secara parsial (individu) terhadap variabel dependen (Y) dengan memperhatikan *level of significant* melalui rumus berikut (Sugiyono, 2014:78).

$$t = \frac{b}{Sb}$$

Keterangan :

t = hasil  $t_{hitung}$

b = koefisien regresi variabel independen

Sb = standar deviasi variabel independen

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga variabel independen secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel dependen.
2. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga variabel independen secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel independen.

## b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh dari variabel bebas secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat (Priyatno, 2010:144). Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh dari digunakan adalah :

$$F = \frac{R^2/(k - 1)}{1 - R^2/(n - k)}$$

Keterangan :

F = pengujian secara simultan

$R^2$  = koefisien determinasi

k = banyaknya variabel

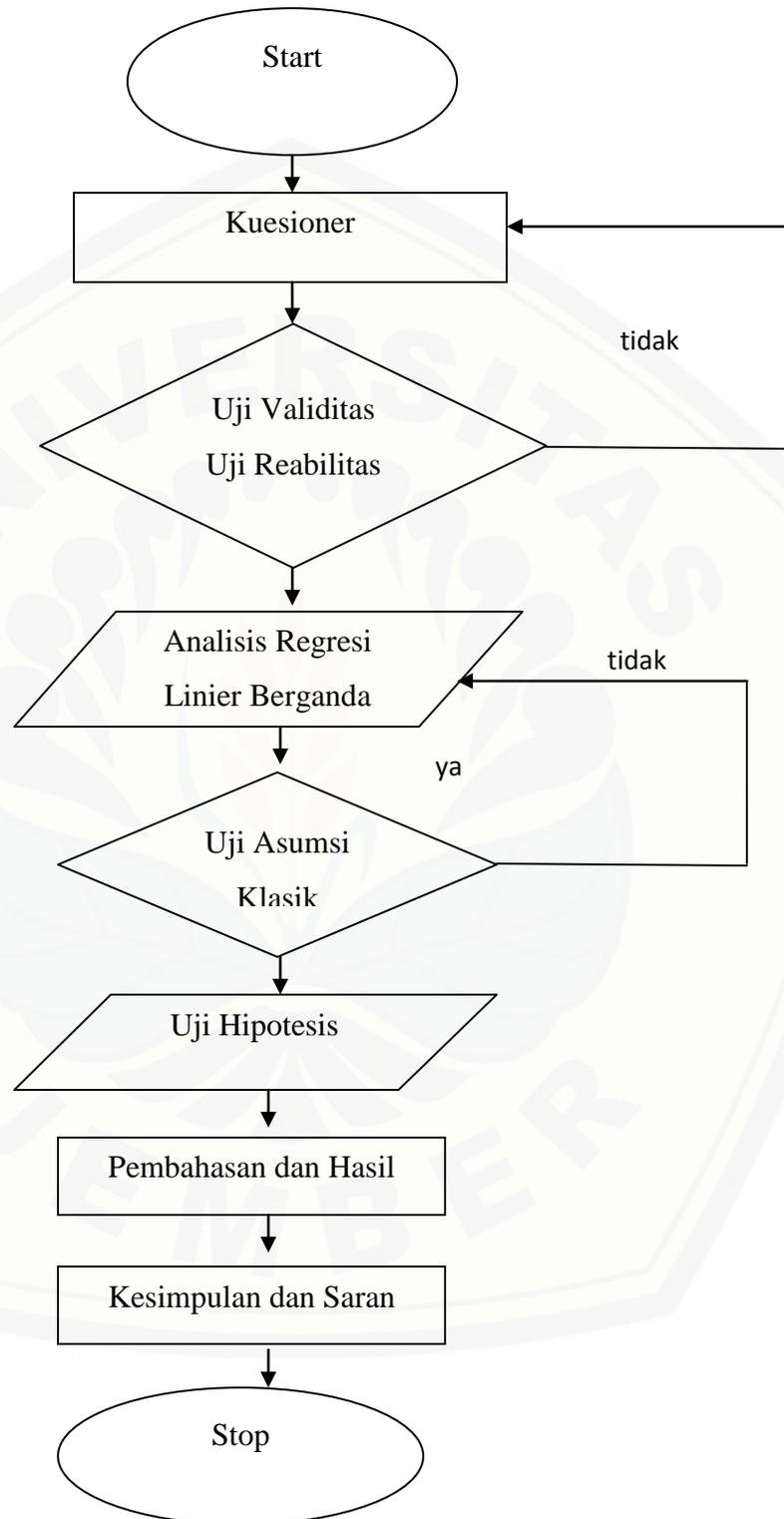
n = banyaknya sampel

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

1. Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima artinya tidak ada pengaruh dari variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.
2. Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak artinya ada pengaruh dari variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

### 3.9 Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah dalam penelitian ini adalah Sebagai berikut :



Gambar 3.1. Kerangka Konseptual

Keterangan kerangka pemecahan masalah :

a. Start

Merupakan tahap awal atau persiapan sebelum melakukan penelitian.

b. Pengumpulan data

Merupakan tahap pencarian data yang diperlukan untuk mendukung penelitian. Data ini diperoleh dari RS MITRA MEDIKA Bondowoso.

c. Uji instrument

Uji ini merupakan alat yang digunakan untuk mengetahui bahwa kuesioner yang dibagikan pada saat penelitian telah valid dan reliabel, jika tidak valid dan reliabel perlu dilakukan perbaikan.

d. Analisis data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

e. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik meliputi normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

f. Uji hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan beberapa macam alat uji, yakni uji t dan uji F uji R. Hal ini dilakukan untuk melihat pengaruh disetiap variabel yang diukur.

g. Pembahasan dan hasil

Pada tahap ini dilakukan pembahasan mengenai hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan.

h. Kesimpulan dan saran

Menarik suatu kesimpulan dari analisis data dan memberikan saran dan sesuai dengan perhitungan yang telah dilakukan.

i. Stop

Menunjukkan berakhirnya penelitian yang dilakukan.

## BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Umum RS Mitra Medika Bondowoso

#### 4.1.1 Profil RS Mitra Medika Bondowoso

RS Mitra Medika Bondowoso adalah sebuah rumah sakit swasta di kota Bondowoso yang bertempat di jalan HOS.Cokroaminoto nomor 98 Bondowoso mulai beroperasi sejak Januari 2011, dengan pelayanan poli terpadu, instalasi gawat darurat (IGD 24 jam), instalasi rawat inap, *ruang intensive care unit (ICU)*, instalasi bedah, instalasi farmasi 24 jam, pelayanan ambulance, laboratorium 24 jam, pelayanan radiologi, pelayanan fisioterapi dan pelayanan gizi.

Sebagai sarana kesehatan yang baru di kota Bondowoso RS Mitra Medika berkomitmen untuk menjadi mitra sehat bagi keluarga, dan dalam menjalankan komitmen tersebut RS Mitra Medika tidak dapat berjalan sendiri dan butuh mitra-mitra dari berbagai elemen yang ada untuk melayani dan memberikan pelayanan terbaik bagi seluruh lapisan masyarakat yang membutuhkan pelayanan kesehatan.

Dengan segala potensinya RS Mitra Medika berusaha memberikan pelayanan kesehatan yang terpadu, mudah, dan cepat serta akurat untuk mencapai hal tersebut sinergi dengan semua pihak terkait sangat diharapkan, dan dengan sinergi tersebut RS Mitra Medika optimis dapat berkembang dan terus memberikan pelayanan terbaik bagi semua pihak.

#### 4.1.2 Visi dan Misi RS Mitra Medika Bondowoso

##### 1. Visi

RS Mitra Medika Bondowoso menjadi mitra sehat masyarakat dalam meningkatkan kualitas kehidupan serta menjadi yang terdepan dalam inovasi pelayanan kesehatan.

##### 2. Misi

Melayani, merawat, dan menyembuhkan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan manusia.

## 4.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah Pasien Rawat Inap di RS Mitra Medika Bondowoso dengan jumlah 60 orang. Ada pun karakteristik dari responden tersebut sebagai berikut :

### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden dibagi menjadi 2 kelompok, yaitu laki-laki dan perempuan. Berikut adalah tabel dari karakteristik berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4.1 Rekapitulasi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki – Laki	37	61%
Perempuan	23	39%
Total	60	100%

Sumber data : diolah

Diketahui dari tabel 2, bahwa responden pria lebih banyak daripada responden wanita, yaitu pria sebanyak 37 orang (61%) sedangkan wanita sebanyak 23 orang (39%). Ini menunjukkan bahwa yang memakai jasa rawat inap di dominasi oleh pria.

### b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia responden di bagi menjadi 4 kelompok dari 18 tahun sampai 25 tahun, 26 tahun sampai 35 tahun, 36 tahun sampai 45 tahun, dan lebih dari 45 tahun. Berikut adalah tabel dari karakteristik responden berdasarkan usia :

Tabel 4.2 Rekapitulasi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
18 – 25	9	15%
26 – 35	14	23%
36 – 45	16	27%
> 45	21	35%
Total	60	100%

Sumber data : diolah

Diketahui dari tabel 2, bahwa responden yang paling banyak menjadi pasien rawat inap adalah responden diatas umur 45 tahun dengan persentase 35% dan paling sedikit adalah responden berusia 18 – 25 tahun dengan persentase 15%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan responden dibagi menjadi 4 kelompok, yaitu pelajar/mahasiswa, wiraswasta, pegawai/karyawan, dan pensiunan. Berikut tabel dari karakteristik berdasarkan pekerjaan :

Tabel 4.3 Rekapitulasi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
Pelajar / Mahasiswa	6	10%
Wiraswasta	15	25%
Pegawai / Karyawan	19	32%
Pensiunan	20	33%
Total	60	100%

Sumber data : diolah

Diketahui dari tabel 2, bahwa responden yang paling banyak menjadi pasien rawat inap adalah responden pensiunan dengan persentase 33%, responden pegawai / karyawan dengan persentase 32%, responden wiraswasta dengan persentase 25%. Responden yang sedikit adalah responden pelajar / mahasiswa dengan persentase 10%.

### 4.3 Analisis Deskriptif Variabel Kuesioner Penelitian

Deskripsi variabel ini menjelaskan tentang seberapa besar frekuensi jawaban dari responden dalam mengisi kuesioner yang terdiri dari beberapa pernyataan berkaitan dengan indikator – indikator dari variabel Biaya (X1), variabel Kualitas Pelayanan (X2) dan variabel Kepuasan Pasien (Y).

Responden akan memilih jawaban dari beberapa pernyataan yang disediakan di dalam angket tersebut, guna melihat respon persepsi dari responden terhadap variabel penelitian. Data distribusi frekuensi dapat dilihat untuk mengetahui seberapa besar nilai yang diperoleh dari suatu variabel dibandingkan variabel lain, serta dapat dilihat kecenderungan responden menjawab indikator yang paling mempengaruhi antar variabel.

## 4.3.1 Deskripsi Variabel Biaya (X1)

Tabel 4.4 Hasil Deskripsi Variabel Biaya

Item	Frekuensi Jawaban Responden										Total
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	
X1.1	6	10	41	68,3	11	18,3	2	3,3	0	0	60
X1.2	23	38,3	23	38,3	12	20	2	3,3	0	0	60
X1.3	16	26,7	24	40	18	30	0	0	2	3,3	60
X1.4	7	11,7	39	65	13	21,7	1	1,7	0	0	60
Rata											
–	13	21,675	31,75	52,9	13,5	22,5	1,25	2,075	2	3,3	
Rata											

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan data Tabel 4.4, dapat diketahui bahwa penilaian responden terhadap variabel biaya adalah Setuju dengan prosentase rata-rata jawaban 52,9%, maka dapat dikatakan banyak responden telah merasakan manfaat dari biaya di RS Mitra Medika Bondowoso.

## 4.3.2 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Item	Frekuensi Jawaban Responden										Total
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	
X2.1	6	10	33	55	20	33,3	1	1,7	0	0	60
X2.2	16	26,7	29	48,3	12	21,7	1	1,7	1	1,7	60
X2.3	16	26,7	31	51,7	12	20	1	1,7	0	0	60
X2.4	11	18,3	27	45	20	33,3	1	1,7	1	1,7	60
X2.5	9	15	35	58,3	14	23,3	2	3,3	0	0	60
Rata											
–	11,6	19,34	31	51,66	15,6	26,32	1,2	2,02	0,4	0,68	
Rata											

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan data Tabel 4.5, dapat diketahui bahwa penilaian responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan adalah Setuju dengan prosentase rata-rata jawaban 51,66%, maka dapat dikatakan banyak responden telah merasakan bahwa petugas di RS Mitra Medika Bondowoso peduli dan perhatian terhadap keluhan dan kebutuhan pasien di RS Mitra Medika Bondowoso.

Deskripsi Variabel Kepuasan Pasien (Y)

Tabel 4.6 Hasil Deskripsi Variabel Kepuasan Pasien

Item	Frekuensi Jawaban Responden										Total
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	
Y1.1	12	20	33	55	13	21,7	1	1,7	1	1,7	60
Y1.2	17	28,3	29	48,3	12	20	1	1,7	1	1,7	60
Y1.3	10	16,7	35	58,3	14	23,3	1	1,7	0	0	60
Rata											
–	13	21,67	32,3	53,867	13	21,67	1	1,7	0,67	1,13	
Rata											

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan data Tabel 4.6, dapat diketahui bahwa penilaian responden terhadap variabel Kepuasan Pasien adalah Cukup Setuju dengan prosentase rata-rata jawaban 53,8%, maka dapat dikatakan banyak responden telah merasakan fasilitas yang dimiliki RS Mitra Medika Bondowoso dapat menunjang kepuasan pasiennya.

#### 4.4 Hasil Analisis Data

##### 4.4.1 Uji Instrumen

Sebelum dilakukan pengolahan data dari hasil jawaban responden, terlebih dahulu dilakukan uji validitas instrument yang digunakan agar dapat diketahui kelayakan dari penggunaan butir pertanyaan dan uji reliabilitas instrument yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.

##### a. Uji Validitas

Uji Validitas instrumen penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terhadap 60 Responden pada waktu penelitian. Uji validitas dilakukan melalui analisis item dengan rumus korelasi *pearson product moment*. Hasil pengujian validitas instrumen data penelitian dari variabel biaya, kualitas pelayanan, dan kepuasan pasien dapat di lihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Validitas Instrumen Data Penelitian.

Tabel 4.7 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

Variabel	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Sig	Keterangan
X1.1	0,613	0,2542	0,000	Valid
X1.2	0,602	0,2542	0,000	Valid
X1.3	0,694	0,2542	0,000	Valid
X1.4	0,627	0,2542	0,000	Valid
X2.1	0,383	0,2542	0,003	Valid
X2.2	0,600	0,2542	0,000	Valid
X2.3	0,453	0,2542	0,000	Valid
X2.4	0,584	0,2542	0,000	Valid
X2.5	0,627	0,2542	0,000	Valid
Y1.1	0,707	0,2542	0,000	Valid
Y1.2	0,721	0,2542	0,000	Valid
Y1.3	0,571	0,2542	0,000	Valid

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan perhitungan uji validitas instrumen data penelitian maka diperoleh hasil bahwa 12 indikator atau item pertanyaan dari variabel biaya (X1), kualitas pelayanan (X2), dan variabel kepuasan pasien (Y) semuanya valid karena nilai koefisien korelasi item total (rhitung) melebihi 0,30 dengan tingkat signifikansi  $p < 0,05$ . Uji signifikansi validitas instrumen juga dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* (df) = N-2 dalam pretest ini jumlah sampel (n) adalah 60 sehingga besarnya (df) adalah 58 dengan tingkat signifikansi 5% maka diketahui nilai  $r_{tabel}$ nya adalah 0,2542 Berdasarkan tabel di atas terbukti semua indikator bisa dibuktikan kevalidannya karena semua nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa konsistensi alat ukur, yakni apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten bila dilakukan dengan alat ukur yang sama pula. Uji realibilitas dalam penelitian ini menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* 0,6. Dapat dikatakan realibel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6.

Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cut off</i>	<i>N of Item</i>	Keterangan
X1	0,740	> 0,60	5	Reliabel
X2	0,685	> 0,60	6	Reliabel
Y	0,752	> 0,60	4	Reliabel

Sumber : Lampiran 4

Hasil pengujian pada tabel menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas (*cronbach alpha*) pada variabel Kepuasan Pasien (Y) adalah 0,752 artinya nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,60. Dengan kata lain indikator variabel kepuasan pasien dalam penelitian ini dapat di percaya. Instrumen data penelitian memberikan nilai *cronbach alpha* pada variabel Biaya (X1) sebesar 0,740, dan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,685 hal ini berarti semua indikator yang digunakan sebagai alat ukur variabel dalam penelitian ini dapat dipercaya karena masing-masing mempunyai nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,60.

## c. Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan model regresi yang baik. Uji normalitas yang dilakukan terhadap sample dengan menggunakan *kolmogorov-smirnovtest* dengan menetapkan  $\alpha = 5\%$ . Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Uji Normalitas

<i>Test of Normality</i>	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>		
	<i>Sig.</i>	<i>Cut Off</i>	<i>Keterangan</i>
X1	0,024	> 0,05	Normal
X2	0,016	> 0,05	Normal
Y	0,007	> 0,05	Normal

Sumber Data : Lampiran 6

Dapat diketahui dari tabel 4.9 bahwa data variabel Biaya (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pasien (Y) yang diperoleh bersifat normal, karena nilai signifikansi dari variabel Biaya (X1) sebesar 0,024, variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,016, dan variabel Kepuasan Pasien (Y) sebesar 0,007. Dimana semua nilai signifikansi dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,05 sehingga data yang diperoleh dapat dinyatakan normal.

## 4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam analisis data pada penelitian ini, metode yang digunakan oleh peneliti adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Biaya serta Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien secara simultan dan untuk mengetahui pengaruh variabel Biaya serta Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien secara parsial.

Proses perhitungan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS*. Nilai koefisien yang ditunjukkan oleh nilai output SPSS yang dinamakan *Coefficient* dinyatakan sebagai *Standardized Coefficient* atau dikenal dengan nilai Beta.

$$Y = a + b_1 0,552 X_1 + b_2 0,221 X_2 + e$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai 0,552 pada variabel biaya (X1) berpengaruh signifikan sehingga dapat dikatakan bahwa semakin rendah biaya yang diberikan RS Mitra Medika Bondowoso, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pasien di RS Mitra Medika Bondowoso.
2. Nilai 0,221 pada variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan RS Mitra Medika Bondowoso, maka akan semakin meningkat kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.

#### 4.4.3 Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan korelasi antara variabel independent atau tidak (Santoso 2002:203). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Untuk mendeteksi adanya multikol (Santoso, 2002:208). Besaran *VIF* (*Variance Information Factor*) dan *Tolerance* harus:

- 1) Mempunyai nilai *VIF* disekitar angka 1
- 2) Mempunyai angka *Tolerance* mendekati 1

Hasil Pengujian Multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel. 4.10.

Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Keterangan	Tolerance	Keterangan
X1	1,694	Disekitar	0,590	Mendekati angka 1
X2	1,694	angka 1	0,590	

Sumber : Lampiran 7

Hasil Tabel 4.10 menunjukkan bahwa model regresi mempunyai nilai *VIF* disekitar angka 1 dan nilai *Tolerance* mendekati angka 1. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas.

## b. Uji Heteroskedastisitas

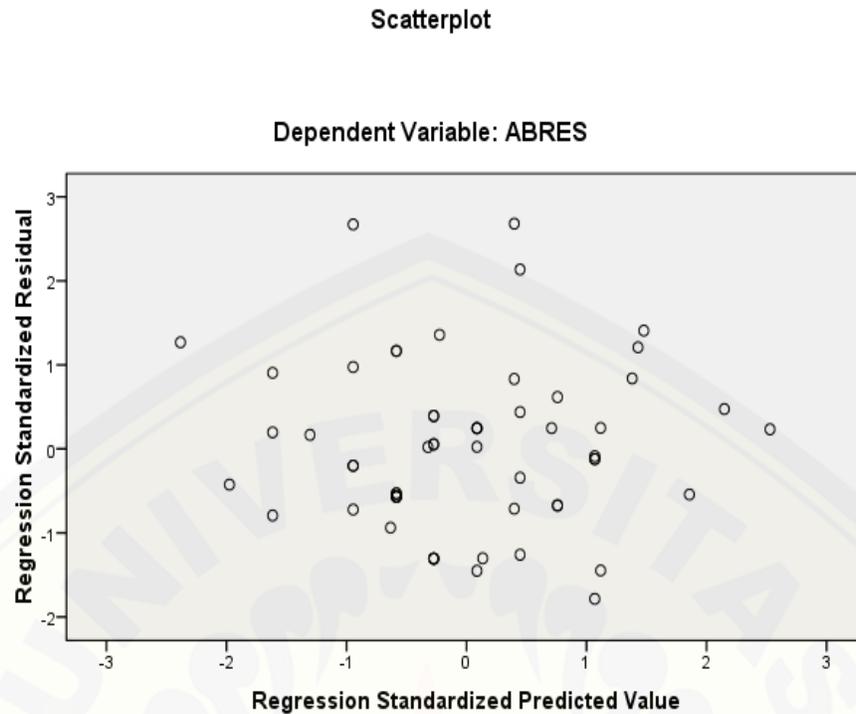
Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dan residual pada model regresi. Cara memprediksi ada atau tidaknya suatu heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Heteroskedastisitas

Variabel	T	Sig.	Keterangan
X1 → Y	-1,868	0,067	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
X2 → Y	1,082	0,284	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
X1&X2 → Y	1,923	0,060	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Lampiran 8

Dalam tabel 4.11 dapat dilihat bahwa variabel X1 terhadap Y, variabel X2 terhadap Y dan variabel X1 & X2 terhadap Y tidak terjadi heterokedastisitas, karena memiliki tingkat signifikan 0,067, 0,284, dan 0,060 dimana semua tingkat signifikan lebih besar dari 0,05, maka sesuai dengan ketentuan bahwa, jika tingkat signifikan kurang dari 0,05, maka akan dianggap model regresi tersebut terjadi heterokedastisitas, sebaliknya jika tingkat signifikan lebih dari 0,05, maka akan dianggap model regresi tersebut tidak terjadi heterokedastisitas. Adapun hasil pengujian dari uji heterokedastisitas dapat dilihat pada gambar *scatterplot*.



Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Sumber: Lampiran 8

#### 4.4.4 Uji Koefisien Regresi Linier Berganda

Pada bagian ini analisis di bagi menjadi dua, pertama melihat pengaruh secara parsial variabel Biaya dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien melalui pengujian  $t_{hitung}$ . dan kedua melihat pengaruh secara simultan pengaruh variabel Biaya dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien melalui pengujian nilai  $F_{hitung}$ .

##### a. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Langkah ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh secara parsial variabel Biaya dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso. Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , jika nilai  $t_{hitung}$  yang dihasilkan lebih besar dari pada  $t_{tabel}$ , maka hipotesis diterima. demikian juga sebaliknya, jika nilai  $t_{hitung}$  yang dihasilkan lebih kecil dari pada  $t_{tabel}$ , maka hipotesis ditolak. Sementara itu ada tidaknya pengaruh yang signifikan dapat dilihat dari nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari pada 0,05 (tingkat kepercayaan 5%) maka variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil pengujian analisis regresi berganda dengan menggunakan uji t dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Variabel	Standardized			Sig.
	Coefficients (Beta)	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	
Biaya	0,552	4,572	1,67	0,000
Kualitas Pelayanan	0,221	1,827	1,67	0,003

Sumber : Lampiran 9

Pengujian Hipotesis pertama.

H<sub>0</sub> : Biaya secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.

H<sub>a</sub> : Biaya secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.

Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda pada Tabel 4.12 menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,572 sedangkan pada  $t_{tabel}$  sebesar 1,67 (df 95 dengan tingkat kepercayaan 5%). Nilai ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$ . Sedangkan nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, dengan demikian H<sub>0</sub> ditolak. Artinya variabel Biaya secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso. Besarnya pengaruh adalah sebesar 0,552 atau 55,2%.

Pengujian Hipotesis kedua.

H<sub>0</sub> : Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.

H<sub>a</sub> : Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.

Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda pada Tabel 4.12 menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,827 sedangkan pada  $t_{tabel}$  sebesar 1,67 (df 95 dengan tingkat kepercayaan 5%). Nilai ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$ . Sedangkan nilai signifikansinya adalah sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05, dengan demikian H<sub>0</sub> ditolak. Artinya variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso. Besarnya pengaruh adalah sebesar 0,221 atau 22,1%.

b. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Pengujian secara simultan (Uji F) digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Teknik pengujiannya dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0,05 dan taraf kepercayaan (*level of confidence*) sebesar 95%. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka hipotesis diterima, sedangkan jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka hipotesis ditolak.

Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 4.13.

Tabel 4.13 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Model	Df	Sig.	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>
Regresion	2	0,000	29,593	3,16
Residual	57			
Total	59			

Sumber : Lampiran 10

Pengujian Hipotesis ketiga.

H<sub>0</sub> : Biaya dan Kualitas Pelayanan secara simultan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.

H<sub>a</sub> : Biaya dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi berganda pada Tabel 4.13 diperoleh nilai F<sub>hitung</sub> sebesar 29,593 dengan angka signifikansi (P value) sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan tingkat signifikansi 95%, sedangkan pada F<sub>tabel</sub> sebesar 3,16. Nilai ini menunjukkan bahwa F<sub>hitung</sub> lebih besar daripada F<sub>tabel</sub>, maka H<sub>0</sub> di tolak. Artinya variabel Biaya dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.

#### 4.4.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk melihat adanya hubungan yang sempurna atau tidak, yang ditunjukkan pada apakah perubahan terhadap variabel bebas (biaya dan kualitas pelayanan) akan diikuti oleh variabel terikat (kepuasan pasien) pada proporsi yang sama. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai R Square ( $R^2$ ). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1. Selanjutnya nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependent sangat terbatas. Nilai yang mendekati angka 1 berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependent (Ghozali, 2013) Nilai yang dipakai dalam penelitian ini adalah nilai  $R^2$  karena nilai ini dapat naik turun apabila satu variabel bebas ditambahkan ke dalam model yang diuji. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.14.

Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi (Koefisien Determinasi)

Model Summary	
Model	R Square
1	0,509

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat dilihat bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0,509. Hal ini berarti bahwa variabel independent yang terdiri dari Biaya dan Kualitas Pelayanan dapat menjelaskan variabel dependent dalam hal ini Kepuasan Pasien sebesar 50,9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## 4.5 Pembahasan

Pada pembahasan ini akan diuraikan implikasi dan interpretasi dari hasil analisis data yang telah disajikan sebelumnya. Berdasarkan hasil penelitian terhadap pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso sebagian besar responden memberikan jawaban yang cukup baik, namun diskripsi atas indikator variabel yang diteliti, hanya memberikan informasi tentang tinggi atau rendahnya variabel tersebut mempengaruhi kepuasan pasien. Untuk itu pada bagian ini akan membahas permasalahan atau hipotesis yang diajukan dalam penelitian secara lebih jelas dan mendalam guna mempermudah pemahaman terhadap hasil penelitian yang ditemukan.

### 4.5.1 Pengaruh variabel Biaya (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pasien (Y).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan uji  $f$  menunjukan bahwa variabel biaya dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso dengan nilai pengaruh sebesar 50,9%. Hal ini berarti bahwa tinggi rendahnya biaya dan kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.

Menurut Kotler (1997) dalam Lupiyoadi (2005) kepuasan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan. Dalam hal ini biaya merupakan salah satu faktor yang sangat sensitiv karena biaya dapat menjadi penilaian untuk menentukan kepuasan seorang pasien. Ada dua faktor yang sangat menentukan kepuasan yaitu harapan dan kinerja yang dirasakan, seorang pasien akan memiliki harapan mengenai bagaimana produk/jasa tersebut seharusnya berfungsi, harapan tersebut adalah standar kualitas yang akan dibandingkan dengan kinerja produk/jasa yang sesungguhnya dirasakan pasien. Maka pada dasarnya pasien menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk/jasa yaitu dengan membandingkan kinerja yang pasien rasakan dengan suatu tingkat harapan pasien yang telah dipersepsikan terlebih dahulu. Apabila pasien merasa puas maka akan menciptakan kelekatan emosional terhadap rumah sakit tersebut yang dapat mendorong kemungkinan dilakukannya pembelian ulang atas produk/jasa tersebut (Tjiptono, 1996 : 147).

Untuk itu, pihak rumah sakit harus bisa memberikan biaya yang sesuai dengan manfaat yang diterima oleh pasien agar dapat tercipta kepuasan pasien secara maksimal. Berdasarkan hasil penelitian sejauh ini RS Mitra Medika Bondowoso telah berhasil memberikan biaya yang pantas bagi pasiennya.

Selain itu faktor lain yang menjadi perhatian pasien adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan unsur terpenting dalam meningkatkan kepuasan pasien oleh karena itu kualitas pelayanan yang baik akan dapat membujuk pasien untuk melakukan pembelian ulang. Dalam hal ini kualitas pelayanan yang diterapkan oleh RS Mitra Medika Bondowoso adalah penanganan keluhan yang efisien. maksudnya adalah Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pasien yang tidak puas menjadi puas. Kecepatan dan ketepatan penanganan merupakan hal yang penting bagi terwujudnya kepercayaan pasien terhadap perusahaan. Karena semakin lama keluhan tidak ditangani, maka pasien akan berpikir bahwa perusahaan tidak mampu memberikan kepuasan kepada pasien. Semua pihak yang ada dalam perusahaan berhak dan wajib turut campur dalam penanganan keluhan terutama pihak manajemen puncak (Tjiptono, 1996 : 161), dengan cara tersebut RS Mitra Medika dapat meningkatkan kepuasan pasiennya.

#### 4.5.2 Pengaruh Variabel Biaya (X1) Terhadap Kepuasan Pasien (Y)

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan uji t yang telah dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa variabel biaya yang terdiri dari 4 indikator yakni biaya yang terjangkau, kesesuaian biaya dengan kualitas pelayanan, daya saing biaya, dan kesesuaian biaya dengan manfaat yang diterima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso dengan pengaruh sebesar 55,2% . Hal ini berarti bahwa tinggi rendahnya biaya di RS Mitra Medika Bondowoso akan mempengaruhi tingkat kepuasan pasiennya.

Hasil dari penelitian ini dilandasi dengan teori yang dinyatakan oleh Kotler & Amstrong (2001:439) Biaya adalah jumlah uang yang dibebankan atas produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Basu Swastha (2007:147) menyebutkan bahwa biaya adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang jika mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Serta penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Kartika Aji (2011) yang menyebutkan bahwa variabel biaya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien klinik As.Syifa di kabupaten bekasi.

Unsur yang terkait dengan variabel biaya adalah biaya yang terjangkau, kesesuaian biaya dengan kualitas pelayanan, daya saing biaya, dan kesesuaian biaya dengan manfaat yang diterima. Untuk yang pertama biaya yang terjangkau, RS Mitra Medika Bondowoso termasuk rumah sakit swasta yang memiliki biaya yang terjangkau dibandingkan dengan rumah sakit swasta lainnya yang ada di kota Bondowoso. Perihal tersebut terbukti dari hasil survey peneliti kepada pasien yang telah menggunakan jasa rumah sakit swasta yang ada di kota bondowoso tersebut. Untuk yang kedua kesesuaian biaya dengan kualitas pelayanan, RS Mitra Medika Bondowoso sebagai rumah sakit swasta yang terbilang baru telah bisa menyesuaikan biaya dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasiennya. Perihal tersebut terbukti dari hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden bahwa ada sekitar 23 jawaban setuju dan 23 jawaban sangat setuju hal tersebut mengindikasikan pasien merasakan kesesuaian biaya dengan kualitas pelayanan yang diterima. Dan untuk yang ketiga daya saing biaya, di kota Bondowoso terdapat juga rumah sakit swasta lainnya dalam hal tersebut RS Mitra Medika yang terbilang baru dapat bersaing dalam segala aspek salah satunya adalah biaya. Dalam hal ini RS Mitra Medika Bondowoso menggunakan biaya untuk meningkatkan daya saing itu dikarenakan RS Mitra Medika mempunyai salah satu kelebihan di sector fasilitas yang hal tersebut tidak dimiliki oleh rumah sakit swasta lainnya di kota Bondowoso. Perihal tersebut terbukti dari keluarga peneliti yang pernah dirawat di rumah sakit tersebut bahwa ada perbedaan antara rumah sakit Mitra Medika dengan rumah sakit swasta lainnya yang ada di kota Bondowoso. Serta yang terakhir adalah kesesuaian biaya dengan manfaat yang diterima, dalam hal ini pihak rumah sakit secara bertahap berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan terbaiknya dengan menyesuaikan biaya dengan manfaat yang diterima oleh pasien. Indikator tersebut sangatlah sensitiv karena pihak rumah sakit dituntut untuk selalu bisa memberikan pelayanan terbaiknya, setidaknya pasien tidak kembali menggunakan jasa rumah sakit tersebut karena beranggapan pasien tersebut telah sembuh. Perihal tersebut terbukti dari sebagian besar responden yang peneliti teliti bahwa tidak ada yang kembali menggunakan jasa rumah sakit tersebut, itu mengindikasikan bahwa pasien tersebut sudah sembuh.

#### 4.5.3 Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pasien (Y)

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan uji t yang telah dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 indikator yakni bangunan dan ruangan bersih, nyaman, dan rapi, kecepatan dan ketepatan dalam melayani pasien, kesiagaan dan kecepatan petugas dalam melayani pasien, serta kepedulian dan perhatian terhadap keluhan dan kebutuhan pasien berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso dengan pengaruh sebesar 22,1% . Hal ini berarti bahwa baik tidaknya kualitas pelayanan di RS Mitra Medika Bondowoso akan mempengaruhi tingkat kepuasan pasiennya.

Hasil dari penelitian ini dilandasi dengan teori yang dinyatakan oleh American Society for Quality Control ( Kotler, 1997 ) Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk ataupun pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Serta menurut Wyckof dalam Fandy Tjiptono (2004 : 260) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

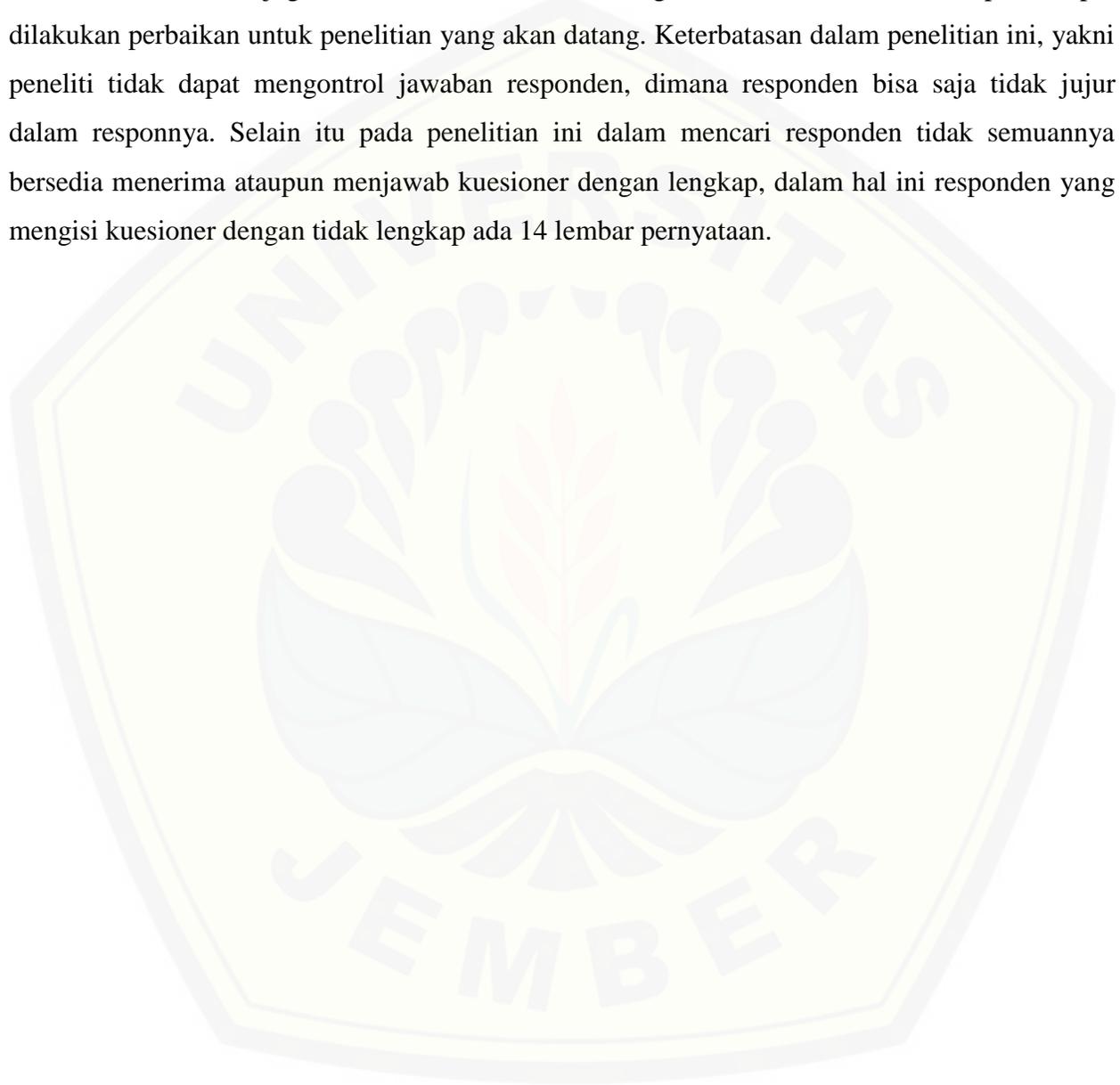
Serta penelitian ini sejalan dengan hasil penemuan dalam penelitian yang dilakukan oleh Dodik Agung dan Tri Gunarsih (2004) yang menyebutkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit perorangan dan kelompok pada BPR Bank Pasar kabupaten Karanganyar.

Hasil ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan merupakan unsur yang penting di industri jasa pelayanan seperti rumah sakit. Rumah sakit yang sebuah usaha di bidang jasa pelayanan harus mengedepankan kualitas pelayanannya agar para pasien lebih merasa dihargai dan loyal terhadap jasa rumah sakit tersebut serta dalam penelitian ini membuktikan bahwa peranan kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pasien, khususnya pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso. Perihal tersebut terbukti dari para pasien dan kerabat pasien yang mengisi kuesioner yang telah diberikan peneliti bahwa disana terdapat banyak jawaban setuju dan sangat setuju pada pernyataan tentang kualitas pelayanan tersebut serta dari pihak rumah sakit juga menggunakan sistem keluhan dan saran, dengan sistem tersebut para pasien lebih mudah untuk mengungkapkan persannya selama dirawat di rumah sakit Mitra Medika Bondowoso. Rumah sakit adalah usaha di bidang jasa yang harus selalu fokus dan

konsisten dalam memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar pasien merasa puas dan mempunyai keinginan untuk kembali lagi menggunakan jasa tersebut.

#### **4.6 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini juga memiliki keterbatasan. Dengan keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Keterbatasan dalam penelitian ini, yakni peneliti tidak dapat mengontrol jawaban responden, dimana responden bisa saja tidak jujur dalam responnya. Selain itu pada penelitian ini dalam mencari responden tidak semuanya bersedia menerima ataupun menjawab kuesioner dengan lengkap, dalam hal ini responden yang mengisi kuesioner dengan tidak lengkap ada 14 lembar pernyataan.



## BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Mengacu pada hasil analisis dari bab sebelumnya, maka berikut dapat disajikan kesimpulan serta beberapa saran-saran yang kiranya dapat dipakai sebagai bahan acuan dan pertimbangan dalam membuat kebijaksanaan yang berhubungan dengan upaya mempertahankan dan meningkatkan Kepuasan Pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.

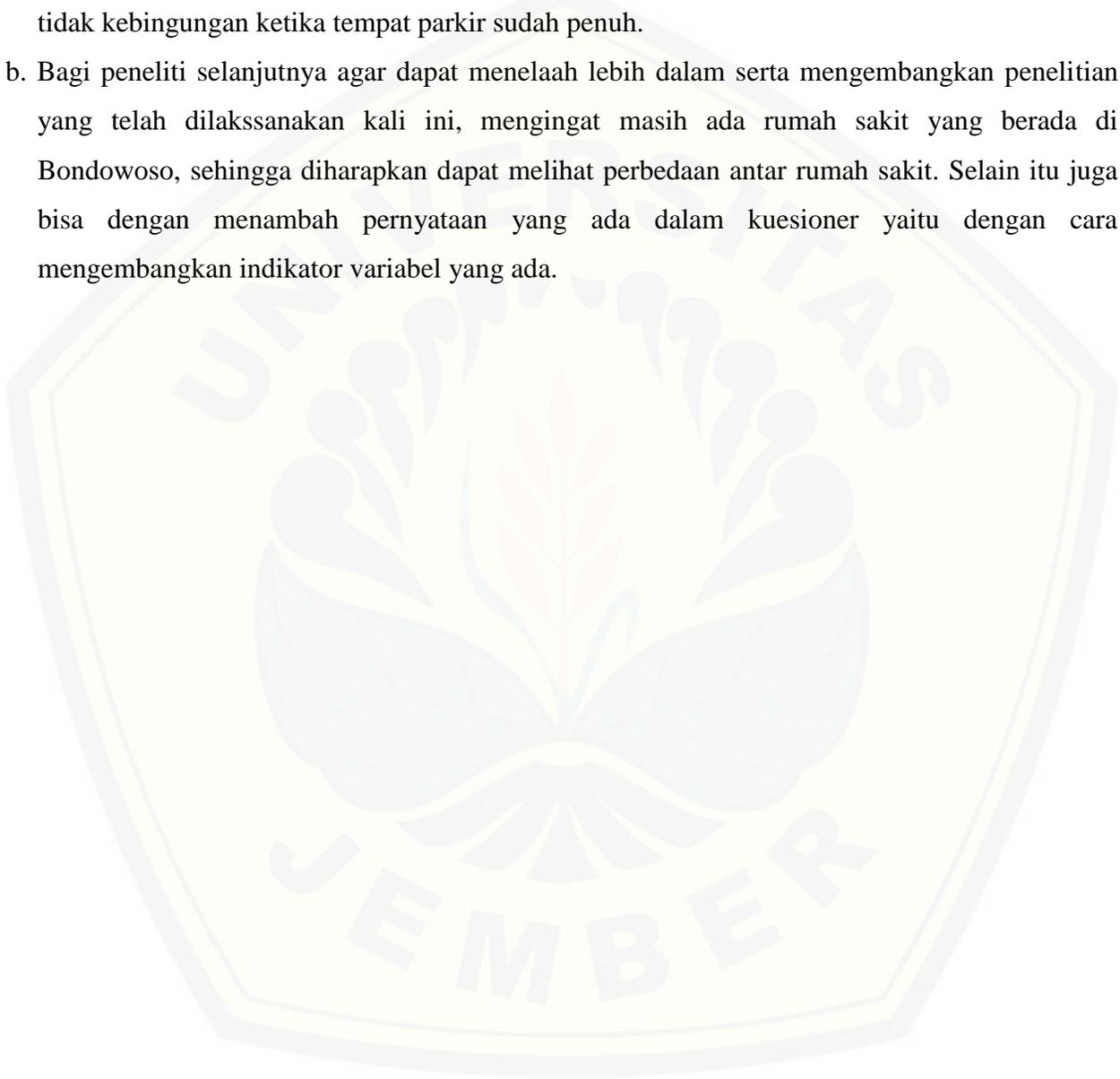
### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan di atas maka terdapat beberapa kesimpulan yang dapat ditarik sebagai berikut.

- a. Variabel biaya dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso. Artinya tinggi rendahnya suatu biaya dan baik tidaknya kualitas pelayanan secara bersamaan dapat mempengaruhi terhadap peningkatan kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso. Hasil ini menjawab bahwa terbukti hipotesis 1 (satu) diterima, yang berarti biaya dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.
- b. Variabel biaya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso. Artinya tinggi rendahnya suatu biaya dapat mempengaruhi terhadap peningkatan kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso. Hasil ini menjawab bahwa terbukti hipotesis 2 (dua) diterima, yang berarti biaya secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.
- c. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso. Artinya baik tidaknya suatu kualitas pelayanan dapat mempengaruhi terhadap peningkatan kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso. Hasil ini menjawab bahwa terbukti hipotesis 3 (tiga) diterima, yang berarti kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RS Mitra Medika Bondowoso.

## 5.2 Saran

- a. Fasilitas yang tersedia di RS Mitra Medika bondowoso untuk diperlengkap lagi agar memudahkan pasien yang sedang di rawat disana serta dapat juga meningkatkan kepuasan pasien yang menggunakan jasa RS Mitra Medika bondowoso. Serta untuk tempat parkir di RS Mitra Medika Bondowoso sebaiknya untuk diperluas agar para pasien beserta keluarganya tidak kebingungan ketika tempat parkir sudah penuh.
- b. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menelaah lebih dalam serta mengembangkan penelitian yang telah dilaksanakan kali ini, mengingat masih ada rumah sakit yang berada di Bondowoso, sehingga diharapkan dapat melihat perbedaan antar rumah sakit. Selain itu juga bisa dengan menambah pernyataan yang ada dalam kuesioner yaitu dengan cara mengembangkan indikator variabel yang ada.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, TY 2002, *Manajemen administrasi rumah sakit*, edisi ke-2, UI-Press, Jakarta.
- Assauri, S 2003, *Manajemen pemasaran modern*, Sumur, Bandung.
- Azwar, S 2009, *Dasar-dasar psikometri*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Bei, LT & Chiao, YC 2006, „The determinants of customers loyalty: an analysis of intangible factors in three service industries“, *IJCM*, Vol. 16 (3 & 4), hh. 162-177.
- Chimed, Odgerel & Orchid 2012, „Patient satisfaction and service quality perception at district hospitals in Mongolia. Vol 31.
- Irmawati & Kurniasari, R 2010, „Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap keputusan pasien berobat rawat inap di RSUD Moewardi Jebres“ *BENEFIT*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume Nomor 1, Juni 2010, hh. 1-16.
- Khotijah, Siti. 2004. *Smart Strategy of Marketing*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2001. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi IX*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lamb, Charles W., Hair, Joseph F., dan Mc Daniel. 2001. *Pemasaran Buku I*. Jakarta: Salemba Empat.
- Leksmana, Yhoga. 2006. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Medan.
- Lubis, AN & Martin 2009, „Pengaruh biaya (price) dan kualitas pelayanan (service quality) terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUD Deli Medan“.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, M.N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu: Total Service Management*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.
- Parasuraman, A, Zeithaml, VA. & Berry, LL 1988, „A multiple-item scale for measuring measure customer perception of service quality“, *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1.
- Ramasari, Ricky. 2007. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Gleni International Hospital Medan.
- Santoso, S 2010, *Buku latihan SPSS statistik parametrik*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.

- Simamora, Bilson. 2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi dan Purwanto. 2004. *Statistika untuk Ekonomi & Keuangan Modern*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Sunarto. 2006. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: UST Press.
- Supramono dan Haryanto. 2003. *Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Supranto, Johannes. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pasien untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suryana. 2001. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Swastha, B 2007, *Manajemen pemasaran*, BPFE, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

## LAMPIRAN 1

## KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH BIAYA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT INAP DI RS MITRA MEDIKA BONDOWOSO**

Dengan hormat,

Kuesioner ini ditujukan untuk membantu pengumpulan data penelitian guna penyusunan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Biaya dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RS Mitra Medika Bondowoso**” yang merupakan salah satu syarat bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan studi program S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Untuk itu peneliti memohon bantuan saudara agar bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya. Peneliti berjanji akan menjaga kerahasiaan jawaban saudara, dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

Atas kesediannya, peneliti mengucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Fikri Allaudin Rabbani

**Petunjuk Penelitian**

Berilah tanda Chek List (√) pada jawaban yang sesuai dengan kondisi anda.

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

**Identitas Responden**

Nomor responden.....(diisi oleh peneliti)

a.

Jenis Kelamin : (L/P)

b.

Umur :

( ) 18-25 tahun

( ) 26-35 tahun

( ) 36-45 tahun

( ) > 45 tahun

c.

Pekerjaan :

( ) pelajar / mahasiswa

( ) wiraswasta

( ) pegawai / karyawan

( ) pensiunan

**DAFTAR PERNYATAAN**Variabel X<sub>1</sub> Biaya

<b>NO</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1	Biaya yang ditawarkan RS Mitra Medika Bondowoso terjangkau					
2	Biaya yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas layanan di RS Mitra Medika Bondowoso					
3	Biaya yang ditawarkan di RS Mitra Medika Bondowoso mampu bersaing dengan rumah sakit-rumah sakit di sekitarnya					
4	Biaya yang ditawarkan RS Mitra Medika Bondowoso sesuai dengan manfaat yang diterima pasien					

Variabel X<sub>2</sub> Kualitas pelayanan

<b>NO</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1	Menurut anda bangunan dan ruangan RS Mitra Medika sudah bersih, nyaman, dan rapi					
2	Petugas RS Mitra Medika cepat dan tepat dalam melayani pasien					
3	Petugas RS Mitra Medika sigap dan cepat dalam menanggapi keluhan pasien					
4	Petugas RS Mitra Medika terampil dan memiliki pengetahuan luas					
5	Petugas RS Mitra Medika peduli dan perhatian terhadap keluhan dan kebutuhan pasien					

Variabel  $Y_1$  Kepuasan Pasien

<b>NO</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1	Pelayanan yang diberikan oleh RS Mitra Medika sangat memuaskan					
2	Pasien akan kembali menggunakan jasa RS Mitra Medika apabila sakit					
3	Fasilitas yang dimiliki RS Mitra Medika menunjang kepuasan pasien					

## LAMPIRAN 2

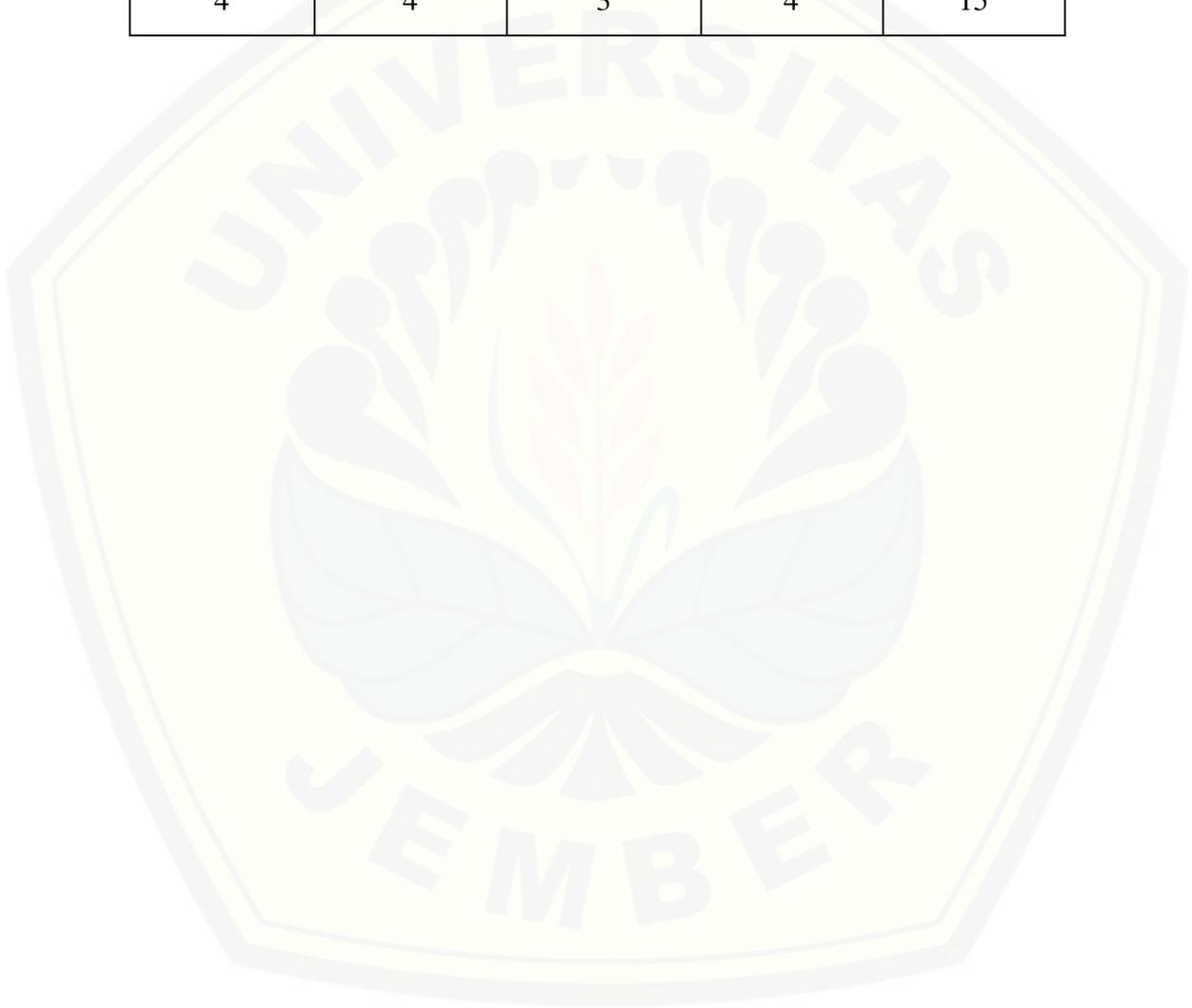
## HASIL REKAPITULASI KUESIONER

Biaya = X1

X1				TOTAL
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
3	4	5	4	16
4	4	5	4	17
3	5	4	4	16
4	4	4	3	15
5	4	3	4	16
4	5	3	4	16
5	3	4	5	17
5	3	5	4	17
4	4	3	3	14
3	4	5	4	16
5	4	4	5	18
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
4	4	5	3	16
5	4	4	4	17
4	5	4	3	16
4	4	5	3	16
4	5	3	4	16
4	4	5	4	17
2	2	1	2	7
3	4	5	4	16

4	4	4	5	17
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
4	3	3	5	15
3	4	5	4	16
4	5	5	4	18
4	3	4	4	15
4	5	4	4	17
4	4	5	4	17
4	5	4	4	17
4	4	4	3	15
4	5	4	4	17
4	4	5	4	17
4	5	3	4	16
4	3	4	5	16
4	5	4	4	17
3	5	5	5	18
4	5	3	3	15
4	4	5	5	18
4	4	3	4	15
4	5	3	4	16
4	5	4	4	17
5	4	3	4	16
4	3	3	4	14
4	3	4	3	14
4	3	3	4	14
3	4	4	3	14
4	5	3	3	15
3	3	5	4	15
4	5	3	4	16

2	2	1	3	8
4	5	3	4	16
3	3	4	4	14
3	3	4	4	14
4	3	5	4	16
4	5	3	3	15
3	4	3	3	13
4	4	3	4	15



## Kualitas Pelayanan = X2

X2					TOTAL
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
5	4	4	3	4	20
4	3	4	4	4	19
4	4	3	3	5	19
3	4	5	5	4	21
5	3	4	4	5	21
4	4	3	4	5	20
3	5	4	5	4	21
4	4	5	5	4	22
4	4	3	4	5	20
4	5	3	4	5	21
3	5	4	4	3	19
4	5	3	4	4	20
4	5	2	4	4	19
5	4	4	3	4	20
4	4	3	3	5	19
3	4	4	5	4	20
4	4	5	4	4	21
3	4	5	3	4	19
4	3	4	4	4	19
4	3	4	5	4	20
3	2	2	1	2	10
4	3	5	4	4	20
3	4	4	5	4	20
4	4	4	3	5	20
4	4	5	4	3	20
4	3	3	4	3	17

4	5	3	4	4	20
3	4	5	4	3	19
4	5	4	4	3	20
4	4	5	3	3	19
3	5	4	4	4	20
4	4	3	3	4	18
4	4	4	5	4	21
4	3	4	4	4	19
4	3	1	4	3	15
3	4	5	3	4	19
3	4	3	5	4	19
4	3	5	4	3	19
4	4	4	3	4	19
5	4	3	4	4	20
3	4	4	3	4	18
4	5	4	3	4	20
5	4	3	3	4	19
4	5	4	3	4	20
3	5	5	4	3	20
3	5	4	3	4	19
4	3	4	3	4	18
4	5	3	3	4	19
4	5	4	4	5	22
4	5	3	3	4	19
3	4	5	4	3	19
3	5	4	4	5	21
2	1	3	2	2	10
3	4	4	4	3	18
3	4	5	3	4	19
4	3	4	5	3	19

3	4	5	4	3	19
4	4	4	3	4	19
3	3	4	5	3	18
5	3	5	5	4	22



Kepuasan Pasien = Y

Y1			TOTAL
Y1.1	Y1.2	Y1.3	
4	3	4	11
4	4	5	13
3	5	4	12
4	3	5	12
3	4	4	11
4	4	3	11
3	5	3	11
4	4	5	13
4	5	4	13
5	4	4	13
5	4	4	13
4	4	3	11
4	5	4	13
4	5	4	13
4	4	3	11
4	5	4	13
4	5	3	12
4	4	4	12
3	4	4	11
3	4	4	11
2	1	2	5
3	4	4	11
4	4	5	13
5	4	4	13
5	4	4	13
5	3	4	12

4	4	5	13
4	5	3	12
4	5	4	13
4	5	3	12
4	4	4	12
5	4	4	13
4	4	5	13
4	3	4	11
4	5	4	13
4	5	3	12
3	5	4	12
4	3	3	10
4	5	5	14
3	4	4	11
4	5	4	13
4	3	4	11
5	4	4	13
4	5	3	12
4	4	4	12
4	3	3	10
5	3	4	12
3	4	4	11
5	4	4	13
3	3	4	10
5	5	4	14
4	3	3	10
1	2	3	6
4	3	5	12
3	4	5	12
3	4	5	12

5	4	4	13
5	4	3	12
4	4	4	12
3	3	4	10



## LAMPIRAN 3

## DISTRIBUSI FREKUENSI KUESIONER

## Frequencies

		Statistics			
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
N	Valid	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0

## Frequency Table

		X1.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	3.3	3.3	3.3
	3	11	18.3	18.3	21.7
	4	41	68.3	68.3	90.0
	5	6	10.0	10.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

		X1.2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	3.3	3.3	3.3
	3	12	20.0	20.0	23.3
	4	23	38.3	38.3	61.7
	5	23	38.3	38.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	3.3	3.3	3.3
	3	18	30.0	30.0	33.3
	4	24	40.0	40.0	73.3
	5	16	26.7	26.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.7	1.7	1.7
	3	13	21.7	21.7	23.3
	4	39	65.0	65.0	88.3
	5	7	11.7	11.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**Frequencies**

**Statistics**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
N	Valid	60	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0	0

**Frequency Table**

**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.7	1.7	1.7
	3	20	33.3	33.3	35.0
	4	33	55.0	55.0	90.0
	5	6	10.0	10.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**X2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.7	1.7	1.7
	2	1	1.7	1.7	3.3
	3	13	21.7	21.7	25.0
	4	29	48.3	48.3	73.3
	5	16	26.7	26.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**X2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.7	1.7	1.7
	3	12	20.0	20.0	21.7
	4	31	51.7	51.7	73.3
	5	16	26.7	26.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**X2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.7	1.7	1.7
	2	1	1.7	1.7	3.3
	3	20	33.3	33.3	36.7
	4	27	45.0	45.0	81.7
	5	11	18.3	18.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**X2.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	3.3	3.3	3.3
	3	14	23.3	23.3	26.7
	4	35	58.3	58.3	85.0
	5	9	15.0	15.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**Frequencies**

**Statistics**

		Y1.1	Y1.2	Y1.3
N	Valid	60	60	60
	Missing	0	0	0

**Frequency Table**

**Y1.1**

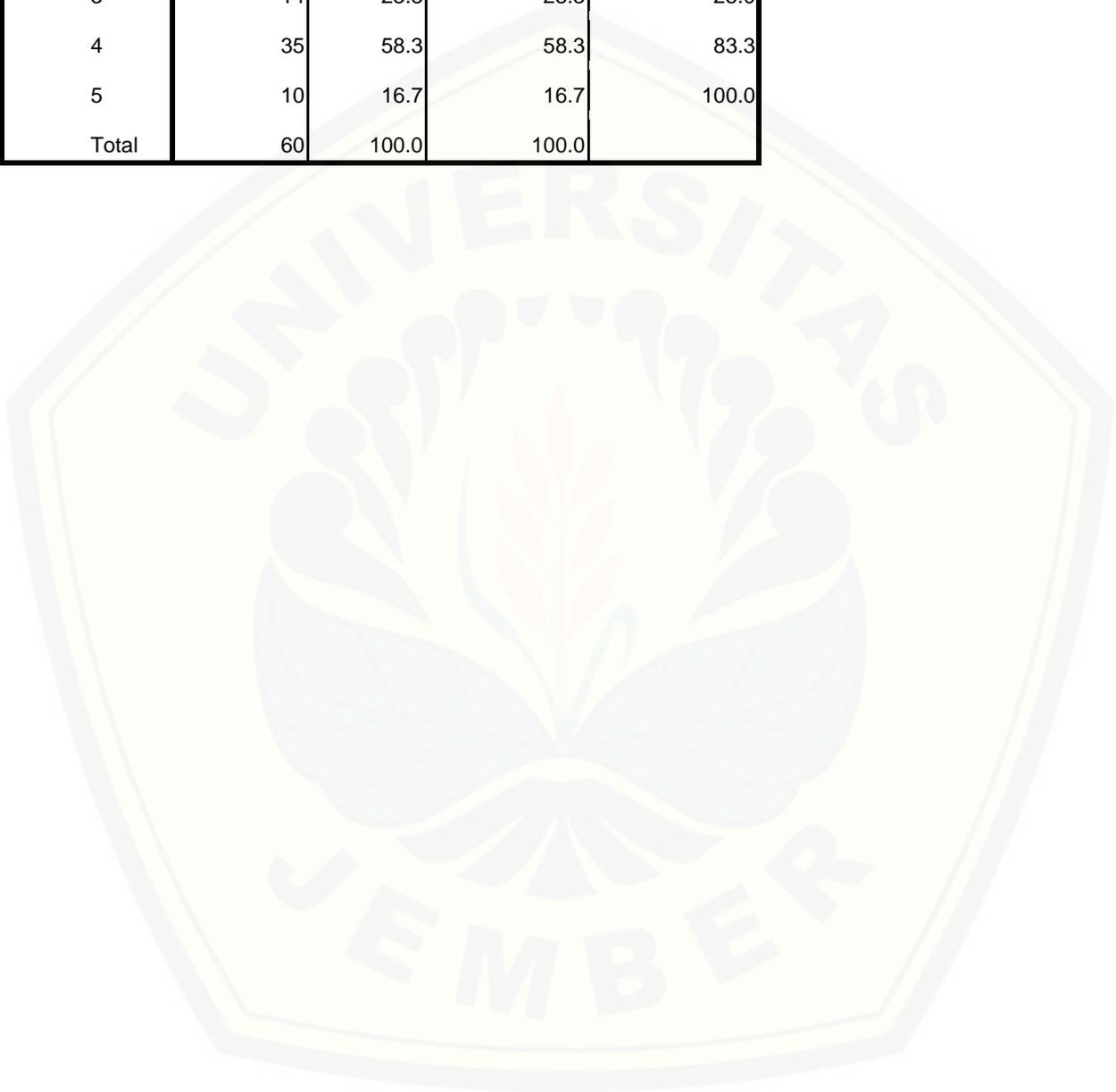
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.7	1.7	1.7
	2	1	1.7	1.7	3.3
	3	13	21.7	21.7	25.0
	4	33	55.0	55.0	80.0
	5	12	20.0	20.0	100.0
Total		60	100.0	100.0	

**Y1.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.7	1.7	1.7
	2	1	1.7	1.7	3.3
	3	12	20.0	20.0	23.3
	4	29	48.3	48.3	71.7
	5	17	28.3	28.3	100.0
Total		60	100.0	100.0	

Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.7	1.7	1.7
	3	14	23.3	23.3	25.0
	4	35	58.3	58.3	83.3
	5	10	16.7	16.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	



LAMPIRAN 4

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X.TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.255*	.138	.335**	.613**
	Sig. (2-tailed)		.049	.292	.009	.000
	N	60	60	60	60	60
X1.2	Pearson Correlation	.255*	1	.128	.062	.602**
	Sig. (2-tailed)	.049		.330	.637	.000
	N	60	60	60	60	60
X1.3	Pearson Correlation	.138	.128	1	.349**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.292	.330		.006	.000
	N	60	60	60	60	60
X1.4	Pearson Correlation	.335**	.062	.349**	1	.627**
	Sig. (2-tailed)	.009	.637	.006		.000
	N	60	60	60	60	60
X.TOTAL	Pearson Correlation	.613**	.602**	.694**	.627**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.740	5

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.014	-.170	.008	.384**	.383**
	Sig. (2-tailed)		.914	.194	.950	.002	.003
	N	60	60	60	60	60	60
X2.2	Pearson Correlation	.014	1	.040	.110	.389**	.600**
	Sig. (2-tailed)	.914		.761	.404	.002	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X2.3	Pearson Correlation	-.170	.040	1	.239	-.082	.453**
	Sig. (2-tailed)	.194	.761		.066	.531	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X2.4	Pearson Correlation	.008	.110	.239	1	.112	.584**
	Sig. (2-tailed)	.950	.404	.066		.393	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X2.5	Pearson Correlation	.384**	.389**	-.082	.112	1	.627**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.531	.393		.000
	N	60	60	60	60	60	60
X2.TOTAL	Pearson Correlation	.383**	.600**	.453**	.584**	.627**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.685	6

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan

**Correlations**

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y.TOTAL
Y1.1	Pearson Correlation	1	.252	.137	.707**
	Sig. (2-tailed)		.052	.295	.000
	N	60	60	60	60
Y1.2	Pearson Correlation	.252	1	.118	.721**
	Sig. (2-tailed)	.052		.370	.000
	N	60	60	60	60
Y1.3	Pearson Correlation	.137	.118	1	.571**
	Sig. (2-tailed)	.295	.370		.000
	N	60	60	60	60
Y.TOTAL	Pearson Correlation	.707**	.721**	.571**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.752	4

## LAMPIRAN 5

## HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2.TOTAL, X.TOTAL <sup>a</sup>		. Enter

- a. All requested variables entered.  
b. Dependent Variable: Y.TOTAL

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.714 <sup>a</sup>	.509	.492	1.112	2.291

- a. Predictors: (Constant), X2.TOTAL, X.TOTAL  
b. Dependent Variable: Y.TOTAL

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	73.151	2	36.576	29.593	.000 <sup>a</sup>
	Residual	70.449	57	1.236		
	Total	143.600	59			

- a. Predictors: (Constant), X2.TOTAL, X.TOTAL  
b. Dependent Variable: Y.TOTAL

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.644	1.402		1.172	.246		
	X.TOTAL	.445	.097	.552	4.572	.000	.590	1.694
	X2.TOTAL	.165	.090	.221	1.827	.003	.590	1.694

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

**Coefficient Correlations<sup>a</sup>**

Model			X2.TOTAL	X.TOTAL
1	Correlations	X2.TOTAL	1.000	-.640
		X.TOTAL	-.640	1.000
	Covariances	X2.TOTAL	.008	-.006
		X.TOTAL	-.006	.009

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimensi on	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	X.TOTAL	X2.TOTAL
1	1	2.988	1.000	.00	.00	.00
	2	.007	19.975	.84	.44	.02
	3	.004	25.875	.16	.56	.98

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	6.41	12.84	11.80	1.113	60
Residual	-2.346	2.545	.000	1.093	60
Std. Predicted Value	-4.841	.934	.000	1.000	60
Std. Residual	-2.110	2.289	.000	.983	60

a. Dependent Variable: Y.TOTAL



LAMPIRAN 6

HASIL UJI NORMALITAS DATA

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X.TOTAL	X2.TOTAL	Y.TOTAL
N		60	60	60
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	15.70	19.20	11.80
	Std. Deviation	1.934	2.090	1.560
Most Extreme Differences	Absolute	.228	.312	.218
	Positive	.184	.184	.188
	Negative	-.228	-.312	-.218
Kolmogorov-Smirnov Z		1.769	2.416	1.686
Asymp. Sig. (2-tailed)		.024	.016	.007
a. Test distribution is Normal.				

## LAMPIRAN 7

## HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS DATA

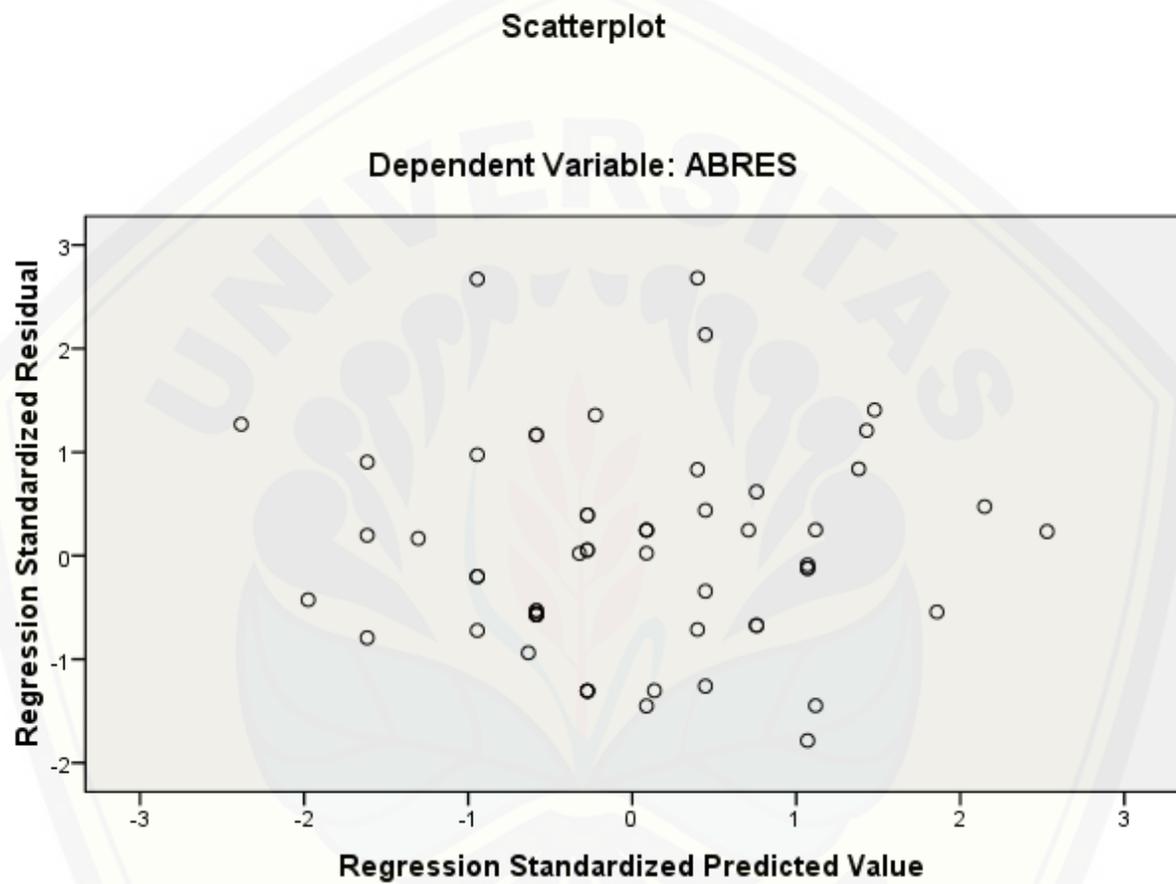
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.644	1.402		1.172	.246		
	X.TOTAL	.445	.097	.552	4.572	.000	.590	1.694
	X2.TOTAL	.165	.090	.221	1.827	.003	.590	1.694

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

## LAMPIRAN 8

## HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS



## LAMPIRAN 9

TABEL t

Titik Persentase Distribusi t (df = 41- 80)	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	<b>1.67065</b>	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

LAMPIRAN 10

TABEL F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
Df untuk penyebut (N2)	Df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78