BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar

2.1.1. Kualitas Pelayanan

2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut (Moha & Loindong, 2016:577) adalah seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan perusahaan dengan ekspektasi yang diharapkan oleh pelanggan. Pelayanan yang disediakan suatu institusi kesehatan mestinya harus sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan oleh pasien. Suatu pelayanan jasa dikatakan baik haruslah yang layak dan memberikan kenyamanan serta kepuasan bagi pasien yang menggunakan jasa kesehatan tersebut. Menurut (Umayya, 2017:101) suatu pelayanan kesehatan harus memiliki karakteristik tertentu, disamping pesoalan keterjangkauan dan ketersediaan dari pelayanan tersebut.

Jika pelanggan tidak puas derngan pelayanan yang diberikan, dia tidak akan mencari maupun menggunakan pelayanan itu kembali, walaupun pelayanan tersebut tersedia ,mudah di dapat dan mudah dijangkau karena rasa kecewa yang didapat dari buruknya pelayanan tersebut. Oleh karena itu , kualitas pelayanan yang ditawarkan merupakan hal penting dalam pelayanan kesehatan.

2.1.1.2. Ciri-ciri Pelayanan Yang Baik

Adapun cirri-ciri pelayanan publik adalah :

1. Kesederhanaan (prosedur pelayanan tidak berbelit-belit, mudah dipahami, dan mudah dilaksanakan)
2. Kejelasan (misalnya kejelasan prosedur pelayanan)
3. Kepastian waktu (dapat dilaksanakan dengan waktu yang telah ditentukan)
4. Akurasi (produk layana publik diterima dengan benar, tepat dan sah)
5. Keamanan (proses dan produk pelayanan public memberikan rasa aman ,nyaman dan kepastian hukum yang mengatur sebagai panduan)
6. Tanggung jawab (pimpinan penyelenggara pelayanan bertanggung jawab atas segala bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen)
7. Kelayakan sarana dan prasarana (tersedianya sarana dan prasarana yang baik dan layak demi mendukung proses kerja dan pelayanan)
8. Kemudahan akses tempat dan lokasi yang strategis serta sarana pelayanan yang memadai ,mudah dijangkau oleh masyarakat)
9. Kedisiplinan, kesopanan, dan keramahan (pemberi pelayanan harus bersifat disiplin dan berpakaian rapih, sopan santun dan ramah)
10. Kenyamanan (lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman ,bersih, rapi, dan lingkungan yang indah, sehat, serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan seperti parkir, toilet, tempat ibadah dan lain-lain.

2.1.1.3. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan haruslah yang berkualitas agar terciptanya kepuasan yang dirasakan oleh pelanggannya. Terutama perusahaan seperti rumah sakit ,pelayanan merupakan *image*, dari rumah sakit tersebut dalam melayani pasiennya. Pasien yang merasa puas akan menggunakan kembali jasa tersebut dan tidak menutup kemungkinan pasien tersebut akan merekomendasikan jasa tersebut terhadap orang lain seperti keluarga, rekan kerja dan teman-temanna. Adapun sebaliknya jika seorang konsumen merasa kecewa dia akan melakukan komplain atau bahkan mempengaruhi orang-orang disekitarnya untuk tidak menggunakan produk/jasa tersebut.

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang mereka terima dengan yang mereka harapkan dari pelayanan suatu perusahaan. (Aji, 2011 : 30).

2.1.1.4. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Etta Sopiah (2013:100) dalam jurnal Aprilia & Hadi, 2016:44) mengemukakan lima dimensi pokok kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Reability* (Keandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat, mampu dipercaya, tepat waktu sesuai dengan dengan jadwal yang telah dijanjikan.
2. *Responsuveness* (Daya Tanggap) kemampuan para karyawan untuk membantu pengguna jasa dalam memberikan jasa yang dibutuhkan.
3. *Assurance* (Jaminan) meliputi pengetahuan, kemampuan bagaimana

pemberi jasa pelayanan meyakinkan konsumennya dalam menggunakan jasa pelayanan, kemampuan menghilangkan keraguraguan dan resiko yang diterima konsumen nantinya.

4. *Emphaty* (Empaati) meliputi sikap kontak perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian kepada pribadi dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan.

5. *Tangibles* (Fisik/berwujud), tersedianya fasilitas fisik/fasilitas umum, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain dalam proses pelayanan.

2.1.2. Tarif

2.1.2.1. Pengertian Tarif

Tarif adalah jumlah uang yang dibebankan atas produk/jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk/jasa tersebut (Kotler dalam Sismiyati, 2017:5). Dan menurut (Sismiyati, 2017:6) tarif adalah sejumlah uang yang dikeluarkan atau dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari produk yang dibeli tersebut atau jasa yang didapat atau dirasakan.

Jumlah uang (satuan moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapat suatu jasa merupakan konsep daripada tarif. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang mendukung dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu. Bagi masyarakat, tarif sebuah jasa kesehatan menjadi tolak ukur dalam memilih jasa kesehatan yang akan digunakan.

Khususnya di rumah sakit milik pemerintah dimana masyarakat cenderung beranggapan bahwa tarif di rumah sakit umum daerah milik pemerintah tersebut lebih murah dibandingkan rumah sakit swasta. Hal ini menjadi pertimbangan bagi manajemen untuk membuat strategi dalam membuat kebijakan baru mengenai tarif pelayanan yang ditawarkan. Dan tarif yang telah ditentukan haruslah sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Tarif berobat dalam hal ini dimaksud dengan harga atau biaya yang dikeluarkan oleh pasien untuk pengobatannya sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh pasien tersebut.

2.1.2.2. Hubungan Tarif Terhadap Kepuasan

Selain kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan adalah tarif. Apakah tarif yang telah ditentukan oleh pihak rumah sakit sesuai sehingga dapat memberikan manfaat dan kepuasan terhadap pasien. Tarif adalah jumlah uang yang dibebankan atau harus dikorbankan seseorang atas produk/jasa yang telah dibeli atau digunakan manfaatnya oleh orang yang menggunakan produk atau jasa tersebut. Kotler dalam (Sismiyati, 2017:15)

Sismiyati, (2017:17) mengungkapkan tarif adalah sejumlah uang yang dikeluarkan atau dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari produk yang dibeli.

2.1.2.3. Indikator Tarif

Menurut Tjiptono (2008) dalam jurnal (A. Pangaila et al., 2018:2780) ada beberapa indikator dalam mengukur harga/tarif yang mana indikator ini bisa

dipakai oleh konsumen untuk menilai akan baik buruknya harga yang diberikan oleh perusahaan. Indikator yang dimaksud adalah:

1. Jangkauan harga/tarif dengan daya beli konsumen

Yaitu harga yang ditetapkan atas suatu produk/jasa masih dapat dibeli atau dijangkau oleh konsumen (dalam artian tidak terlalu mahal)

2. Daya saing harga/tarif dengan produk sejenis

Daya saing harga dengan produk sejenis adalah ketika harga yang ditetapkan atas produk/jasa tertentu dapat bersaing dipasaran dengan produk sejenis dan manfaat yang sama.

3. Kesesuaian harga/tarif dengan kualitas

Yaitu ketika harga/tarif yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan kualitas yang didapat oleh konsumen ,barang yang dibeli tidak mudah rusak dan awet dalam jangka waktu yang lama dan manfaat yang dibayarkan.

2.1.3. Fasilitas

2.1.3.1. Pengertian Fasilitas

Fasilitas merupakan salah satu yang menjadi tolak ukur bagaimana seorang pasien memilih jasa kesehatan. Bagi rumah sakit, fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam kegiatan pelayanan kesehatan. Fasilitas yang tersedia dimaksudkan untuk memberikan pelayanan maksimal agar pengguna jasa merasa nyaman dan puas..

Fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang mendukung proses pelayanan yang deberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun industri. Fasilitas dapat juga diartikan sebagai serana dan prasarana yang tersedia di lingkungan perusahaan dimaksudkan untuk memberikan pelayanan makasimal agar konsumen atau pelanggan merasa nyaman dan puas dalam menggunakan jasa pelayanan tersebut. Fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam keguatan suatu jasa. (Umayya, 2017:42)

Menurut (Kotler dan Keller dalam Afriadi, 2016 : 3) mendefinisikan fasilitas adalah segala peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa guna mendukung kenyamanan konsumen. Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Hal-hal yang perlu disampaikan dalam fasilitas jasa antara lain:

1. Kelengkapan, kebersihan kenyamanan dan kerapihan fasilitas yang ditawarkan

2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan

3. Kemudahan penggunaan fasilitas yang ditawarkan

4. Kelengkapan alat yang digunakan fasilitas

2.1.3.2. Hubungan Fasilitas Terhadap Kepuasan

Fasilitas merupakan faktor yang perlu diperhatikan oleh pihak manajemen rumah sakit. Karena fasilitas yang memadai menjadi alasan bagi konsumen untuk menggunakan rumah sakit tersebut. Fasilitas merupakan salah satu faktor yang

menentukan kepuasan konsumen. Pihak manajemen haruslah memberikan fasilitas yang layak, lengkap, nyaman demi menarik perhatian konsumen/pasien. Fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang mendukung pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. (Sismiyati, 2017 : 16)

2.1.3.3. Indikator Fasilitas

Menurut (Tjiptono, 2014:158) dalam jurnal (Afifah Audistiana, Muslichah Erma Widiana, 2017:30) terdapat tiga indikator yang dapat dijadikan sebagai pendukung dalam variabel fasilitas, yaitu sebagai berikut :

1. Kelengkapan, keberishan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan,
3. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan

2.1.4 Kepuasan

2.1.4.1. Pengertian Kepuasan

Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap produk/jasa sebagai akhir suatu proses pelayanan menjadi dampak tersendiri kepada perilaku pelanggan terhadap produk/jasa yang dipakainya. Konsumen akan memberikan penilaian dan mengekspresikan bagaimana produk yang dipakainya dan jasa yang diperolehnya, jika konsumen tersebut merasa puas ataupun tidak puas akan suatu produk/jasa tersebut. Menurut (Dewi dan Hidayat 2015:9) pengertian kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan pembeli atas kinerja yang ditawarkan pada konsumen. seorang pelanggan akan merasa puas bila harapan mereka dipenuhi dan merasa

senang atau bahagia bila harapan mereka dilebihi. Terkadanag pelanggan yang merasa tidak puas akan melakukan komplain atau tidak melakukan apapun sama sekali dalam arti akan diam daja.

Kotler dalam Haryanto, (2016:753) memberikan arti dalam kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan performa atau hasil yang didapat atau dirasakan dengan harpan yang diinginkannya. Untuk dapat melakukan sesuatu yang bernilai lebih tidak cukup hanya dengan sekedar memberikan pelayanan melainkan harus memberikan kepuasan pada pelanggan.

2.1.4.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan

a. *Product* (Produk)

b. *Price* (Harga)

c. *Place* (Lokasi)

d. *Promotion* (Promosi)

e. *People* (Orang)

f. *Process* (Proses)

g. *Customer Service* (Layanan Konsumen)

2.1.4.3. Indikator Kepuasan Pasien

1. Kualitas produk atau jasa, pasien akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk atau jasa yang digunakan berkualitas. Persepsi pasien terhadap kualitas produk atau jasa dipengaruhi oleh dua hal yaitu kenyataan kualitas produk atau jasa dan komunikasi perusahaan, dalam hal ini rumah sakit dalam mengiklankan tempatnya.

b. Kualitas pelayanan, pasien akan merasa puas jika mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

c. Biaya, pasien yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan jasa pelayanan, maka pasien cenderung puas terhadap jasa pelayanan tersebut.

d. Kesediaan untuk merekomendasi, artinya jika seseorang merasa puas terhadap jasa yang didapatnya, orang tersebut terdorong untuk merekomendasikan jasa tersebut pada orang-orang di lingkungan terdekatnya seperti keluarga, teman, rekan kerja ,dan lain-lain.

2.1.4.4. Metode Pengukuran Kepuasan

Menurut Kotler dalam (Sismiyati, 2017 : 4) ada beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk mengidentifikasi, mengukur dan memantau kepuasan pelanggan yaitu :

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang baik dan memerhatikan pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya untuk menyampaikan kritik dan saran, pendapat serta keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat- tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon atau customer service dan lain- lain. Dengan zaman sekarang ini teknologi sudah maju dan perusahaan-perusahaan dituntut dapat membuat *account*

dijejaring sosial bagi konsumennya guna menyampaikan keluhan atau dapat melalui e-mail.

b. Ghost Shopping (Belanja samaran)

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (ghost shopper) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian Ghost shopper menyampaikan temuan- temuan mengenai keunggulan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk- produk tersebut.

c. Lost Customer Analysis (Analisis Pelanggan yang Hilang)

Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau telah beralih pemasok lain dan diharapkan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Dalam metode ini kepuasan pelanggan dilakukan dengan cara mensurvei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Dengan melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

2.2 Penelitian Terdahulu

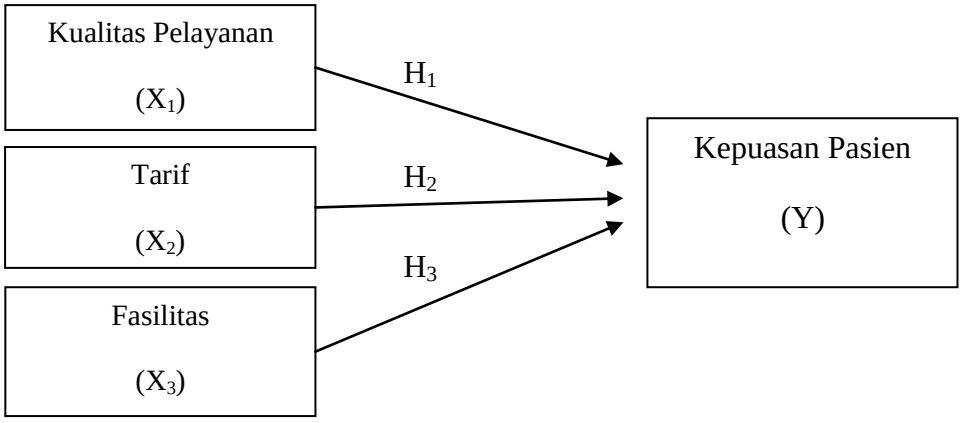
Untuk memudahkan klarifikasi karya ilmiah ini terlebih dahulu penulis telah mempelajari penelitian yang relevan dengan judul penelitian yang akan diajukan ini. Penelitian terdahulu yang dipelajari tersebut dapat dilihat dibawah antara lain adalah

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama pengarang	Judul Jurnal	Tahun Jurnal	ISSN	Variabel	Alat Analisis	Hasil Peneletian
1	Setyawati, Agustin Muhamad, Rafa'i Sasmito, Cahyo	Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas , Harga dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pasien	2017	ISSN : 2085-143X	Pelayanan (X_1) Fasilitas(X_2) Citra Institusi(X_3) Kepuasan Pasien(Y)	Analisis Regresis Berganda	X1-Y = Signifikan X2 -Y= Signifikan X3 - Y = Signifikan
2	Muhamad, Najib	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Biaya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien RSUD Kota Bogor	2018	ISSN: 1693-5241	Kualitas Produk(X_1) Biaya (X_2) Loyalitas Pasien (Y)	Analisis Regresis Berganda	X1-Y = Signifikan X2-Y = Signifikan
3	Irfa Indrayani, Tri Wella	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Di Rumah Sakit Islam (RSI) Siti Rahmah	2017	ISSN : 2407-8565	Kualitas layanan (X_1) Fasilitas (X_2) Kepuasan Pasien(Y)	Analisis Regresi Berganda	X1-Y = Signifikan X2-Y= Signifikan

4	Afriadi, Yuda Sitohang, Sonang	Pengaruh Kualias Pelayanan, Harga, Dan Fasiitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap	2016	ISSN : 2461-0593	Kualitas Pelayanan (X_1) Harga(X_2) Fasilitas (X_3) Kepuasan Pelanggan (Y)	Analisis Regresis Berganda	X1-Y = Signifikan X2-Y= Signifikan X3 – Y = Signifikan
5	Nurcahyo, Rianto Fitriyani, Annisa Hudda, Irma Nur	The Influence of Facility and Service Quality towards Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty in Borobudur Hotel in Jakarta	2017	SSN: 2087-1228	Facility(X_1) Service Quality (X_2) Customer Satisfaction (Y_1) Custmer Loyalty (Y_2)	Pearson Correlation	X1-Y1 = Signifikan X2-Y1= Signifikan X1-Y2 = Signifikan X2-Y2= Signifikan

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1. Kerangka Penelitian

2.4. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan, (Sugiyono, 2009). Berdasarkan konsep dan teori sebagaimana penulis kemukakan diatas, maka penulis akan mengemukakan hipotesis penelitian ini, yaitu:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.

H2: Tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.

H3: Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.

H4 : Kualitas pelayanan, tarif dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.