

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teoritis

2.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Salah satu hal yang harus di perhatikan dalam usaha layanan jasa adalah kualitas pelayanan, dimana si konsumen akan menilai apakah usaha jasa tersebut berkualitas atau tidak dapat di lihat dari kualitas jasa yang di berikan, jika kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen dapat memenuhi ekspektasi dari si konsumen tersebut, maka kualitas dari jasa yang diberikan sangat baik, begitupun sebaliknya, jika layanan yang diberikan kepada konsumen tidak sesuai ekspektasi, maka layanan jasa tersebut tidak baik.

Menurut Syaifullah (2018) Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan penguasaan tingkat keunggulan untuk memenuhi kebutuhan. Menurut Erri (2017) Kualitas layanan diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar layanan yang diterapkan sebagai pedoman penyediaan layanan.

Menurut Bulkia (2018) Kualitas layanan, baik eksplisit maupun tersembunyi, merupakan karakteristik keseluruhan dari suatu produk atau layanan yang menunjukkan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Menurut Indrayani (2018) Kualitas layanan adalah penyedia produk sebagai dasar strategi bisnis dan layanan yang secara signifikan memuaskan konsumen dalam dan luar dengan memenuhi ekspektasi, baik secara eksplisit maupun implisit.

Menurut Afriadi & Sihotang (2016) Kualitas layanan adalah yang diharapkan dalam tingkat keunggulan dan mengontrol pemenuhan permintaan pelanggan dalam tingkat keunggulan.

2.1.2. Dimensi Kualitas Pelayanan.

Menurut Harfika & Abdullah (2017), terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti fisik (*tangible*), Yaitu keahlian yang dimiliki perusahaan untuk menunjukkan keberadaan perusahaan tersebut kepada pihak dari luar perusahaan. Dimana perusahaan tersebut menunjukkan kemampuan, keahlian dan juga kualitas baik sarana maupun prasarana perusahaan tersebut.
2. Keandalan (*reliability*), Merupakan kapasitas perusahaan dalam memberikan servis yang sesuai dengan apa yang diharapkan serta terukur dan terpercaya. Kinerja harus sama dengan apa yang diinginkan pelanggan seperti waktu, servis dan fasilitas yang sama dengan diharapkan pelanggan tanpa kesalahan dan kekurangan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), Yaitu suatu prosedur yang ditetapkan perusahaan dalam membantu dan juga memberi pelayanan yang cepat dan tanggap kepada pelanggan, yaitu dengan cara memberikan suatu keterangan dengan jelas
4. Jaminan dan kepastian (*assurance*), Yaitu memberikan rasa percaya kepada pelanggan terhadap perusahaan melalui pemberian garansi maupun kejelasan dalam pelayanannya

5. Empati (*empathy*), yaitu dimana perusahaan memberikan kepedulian yang tulus dan juga bersifat antar pribadi kepada para pelanggan dalam harapan perusahaan tersebut mengetahui apa yang menjadi keinginan dari konsumen tersebut.

2.1.3. Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator Kualitas Pelayanan yang dikemukakan Girsang & Saragih (2018) , menurut meliputi :

1. *Reability*, merupakan Keberhasilan yang didapatkan karena memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, serta akurat dan memuaskan.
2. *Responsiveness*, yakni Kewajiban karyawan untuk membantu pasien memberikan pelayanan terbaik.
3. *Emphaty*, Meliputi kemudahan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian yang baik, dan pemenuhan kebutuhan konsumen.
4. *Assurance*, adalah mencakup pengetahuan, keterampilan, kesopanan dan kredibilitas, serta risiko dan kecurigaan yang dimiliki karyawan tentang bahaya.
5. *Tangibles*, meliputi fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

2.1.4. Faktor – faktor dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

Menurut Meutia et al., (2019) ada beberapa faktor penting yang harus dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan.
2. Menjalankan ekspektasi yang diharapkan konsumen
3. Mengelola bukti kualitas pelayanan.

4. Mengajarkan konsumen tentang pelayanan
5. Mengembangkan kualitas
6. Menciptakan *automating quality*
7. Melanjutkan pelayanan yang akan diberikan
8. Mengembangkan informasi mengenai pelayanan.

Sedangkan menurut Dewi (2016) mengemukakan bahwa ada 8 faktor penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan, yaitu :

1. Mendidik pelanggan tentang mengelola harapan mereka, yaitu hak dan kewajiban yang terkait dengan produk dan layanan mereka.
2. *Relation marketing and management*, memfokuskan diri dalam menjalin hubungan positif jangka panjang yang saling menguntungkan.
3. *After marketing*, menekankan pentingnya orientasi kepada pelanggan untuk lebih mengefektifkan harga untuk mendapatkan keuntungan.
4. Strategi retensi pelanggan, strategi ini berusaha untuk mengetahui apa faktor penyebab pelanggan beralih pemasok.
5. *Superior customer service*, memberikan pelayanan yang sangat baik melebihi layanan yang diberikan pesaing.
6. *Teknologi infusion strategy*, pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan service accounter pelanggan.
7. Strategi menghadapi keluhan pelanggan, yaitu dengan menggunakan 4 aspek empati kepada pelanggan yang marah, kecepatan dalam menanggapi setiap keluhan pelanggan, memecahkan permasalahan atau

komplek secara adil, dan memudahkan konsumen dalam melakukan komplek.

8. Strategi pemulihan pelayanan, berusaha menangani masalah, melakukan perbaikan pelayanan, serta belajar dari kegagalan produk/layanan yang diberikan untuk memperbaiki citra perusahaan.

2.2. Pengertian Fasilitas

Menurut Tjiptono Fathoni & Suprpto (2016) Fasilitas adalah segala sesuatu yang memudahkan pasien untuk mendapatkan manfaat dari layanan yang diberikan rumah sakit. Menurut Setyawati (2018) fasilitas didefinisikan dalam bentuk segala sesuatu yang mendukung kenyamanan konsumen yang disediakan / disiapkan oleh penjual / distributor layanan, yaitu perangkat fisik.

Fasilitas menurut Mulyono (2019), Fasilitas adalah salah satu yang dapat memfasilitasi upaya dan pekerjaan untuk mencapai tujuannya. Adanya fasilitas seperti saran dan kotak pengaduan membantu rumah sakit mendapatkan informasi tentang apa yang diinginkan pelanggannya.

Fasilitas menurut Ayuning (2016), Fasilitas adalah salah satu yang dapat memfasilitasi upaya dan pekerjaan untuk mencapai tujuannya. Fasilitas menurut Anggrainy et al., (2017) adalah Suatu penyedia peralatan fisik memberikan kemudahan kepada pengguna fasilitas tersebut sehingga dapat memenuhi kebutuhannya.

2.2.1. Unsur – unsur fasilitas

Dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, kelengkapan fasilitas sangat di perlukan untuk menunjang kegiatan jasa, fasilitas ini berguna dalam membantu si

konsumen dalam menggunakan layanan jasa kita, hal ini juga dapat membantu konsumen dalam mencapai kepuasan dalam menggunakan layanan jasa kita, sebab apabila si konsumen merasa tidak puas, maka mereka akan meninggalkan layanan jasa kita dan beralih ke layanan jasa yang lain. Menurut Jurnal & Saputra (2018) ada beberapa unsur yang perlu di pertimbangkan dalam menentukan fasilitas, yaitu :

1. Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur dan warna dipertimbangkan, digabungkan dan dikembangkan untuk memancing emosi aktor atau penonton.
2. Perencanaan ruang. Termasuk perencanaan arsitektur dan interior, seperti memperbaiki peralatan dalam ruangan dan merancang sirkulasi.
3. Aparatur. Ini berfungsi sebagai alat untuk melindungi barang-barang berharga sebagai pameran dan sebagai tanda selamat datang kepada pelanggan.
4. Tata cahaya. Hal yang paling diperlukan dalam ruangan serta suasana yang di inginkan.
5. Warna. Ini digunakan supaya menaikkan efisiensi, memberi kesan santai dan meminimalisir kecelakaan. Warna-warna yang digunakan di dalam fasilitas harus dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.
6. *Perishability*. Layanan adalah produk yang mudah rusak dan tidak dapat disimpan. Kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak terpakai, atau waktu-waktu tertentu ketika tidak ada pasien di kantor gigi akan berlalu /

hilang karena tidak dapat disimpan. Oleh karena itu, jika Anda tidak menggunakan layanan tersebut, maka layanan tersebut akan hilang.

2.2.2. Indikator Fasilitas.

Menurut Candra & Zulbahri (2018), ada beberapa indikator dari fasilitas, yaitu:

1. Fasilitas utama adalah yang sangat dibutuhkan dan dirasa sangat diperlukan selama wisatawan berada di tempat wisata tersebut.
2. Fasilitas penunjang, fasilitas proporsional yang melengkapi fasilitas utama agar wisatawan dapat lebih bersantai.
3. Fasilitas pendukung pada dasarnya melengkapi fasilitas utama, memungkinkan wisatawan untuk memenuhi apapun yang mereka butuhkan selama berkunjung.

2.3. Pengertian Kepuasan Pasien.

Pasien cenderung akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan kepadanya diberikan secara maksimal, baik dalam pelayanan maupun pemberian fasilitas penunjangnya dan sebaliknya, pasien akan merasa tidak puas apabila pelayanan yang diberikan tidak maksimal, seperti pemberian fasilitas yang kurang memadai, kualitas pelayanan yang kurang, dan lain-lain.

Menurut Ma'ruf (2016) Kepuasan merupakan Pandangan yang diambil dan diberikan pelanggan kepada perusahaan setelah membandingkan harapan dengan hasil yang didapatkannya. Menurut Dewi (2016) Kepuasan merupakan bahwa dimana seorang konsumen, akan menjadi konsumen tetap dalam jangka

waktu yang lama jika konsumen tersebut puas dengan apa yang diberikan perusahaan tersebut kepada konsumen.

Menurut Pelayanan et al. (2014) menyatakan kepuasan adalah perasaan saat kerja dan hasrat. Banyaknya perusahaan layanan jasa yang memfokuskan kepada kepuasan konsumen standar tinggi karena ini akan membuat konsumen menjadi pelanggan yang tetap karena mereka puas atar layanan yang diberikan kepadanya.

Menurut Agustine et al. (2016) Kepuasan pelanggan merupakan ukuran bagaimana tanggapan dari pelanggan baik maupun buruk, terhadap bisnis suatu perusahaan dimasa yang akan datang, ini merupakan suatu indicator dalam mengukur keberhasilan bisnis suatu perusahaan. Menurut Fathoni & Suprpto (2016) kepuasan pelanggan adalah situasi psikologi konsumen yang berkenan dengan kesamaan ataupun ketidaksamaan antara pengorbanan yang telah dilakukan dengan hasil yang didapatkannya.

Banyak metode dan teknik yang dilakukan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Menurut Firdiyansyah (2017) ada 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Pelanggagan diberi kesempatan dari perusahaan untuk menyampaikan keluhan dan pendapat yang menjadi bagian dari customer oriented (*Costumer oriented*).
2. Ulasan kepuasan pelanggan. Perusahaan harus melakukan tinjauan kepuasan pelanggan atas kualitas produk atau layanannya. Review dapat dilakukan dengan menyebarkan kuesioner rating kepada pelanggan, dari situ perusahaan

memahami apa saja kekuatan atau kelemahan produk atau layanan perusahaan, dan perusahaan yakin pelanggan perlu melakukannya. Perbaikan yang dapat ditinjau atau diperbaiki untuk kekurangan produk atau layanan.

3. *Ghost shopping*. Metode ini melibatkan beberapa orang (*ghost shopper*) di perusahaan yang berpura-pura menjadi pelanggan pesaing dan berpura-pura menjadi pelanggan pesaing untuk memeriksa kualitas layanan yang diberikan pesaing kepada pelanggan.
4. Menganalisa para pelanggan yang hilang. Metode ini dilakukan pihak perusahaan kepada pelanggan nya yang sudah tidak pernah lagi melakukan pembelian di perusahaan tersebut dengan cara menanyakan atau menghubungi kembali paa pelanggannya. Selain itu, pihak perusahaan juga dapat menanyakan hal hal yang menjadi penyebab pelanggan tersebut berpindah ke perusahaan pesaing.

2.3.1 Indikator Kepuasan Pasien

Menurut Harfika & Abdullah (2017) ada beberapa indikator kepuasan pasien, yaitu :

1. Jasa yang di berikan sesuai dengan ekspektasi dari pasien pengguna jasa tersebut.
2. Kualitas pelayanan dan jasa yang di sediakan perusahaan sesuai dengan harapan dan keinginan dari pasien.
3. Kinerja yang nyata dari produk perusahaan pada hal hal yang penting telah memenuhi harapan pasien.

2.4. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah beberapa studi yang dilakukan hingga saat ini yang menunjukkan kepatuhan terhadap kualitas layanan dan peralatan terkait dengan kepuasan pasien.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Tahun & E-ISSN	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Dewi (2016) 2252-844X	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Pengguna BPJS pada Rumah Sakit Rehabilitasi Medik Kabupaten Aceh Timur	Analisis linier berganda	Kualitas pelayanan berdampak besar terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS di Rumah Sakit Rehabilitasi Medik Kabupaten Ase Timur. Beberapa diterima dan beberapa ditolak.
2	Indrayani (2018) 2579-5295	Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas Terhadap kepuasan pasiendi rumahsakit islam (rsi) siti rahmah	analisis Regresi Linier Berganda.	Baik kualitas layanan maupun fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien RSI Siti Rahmah.

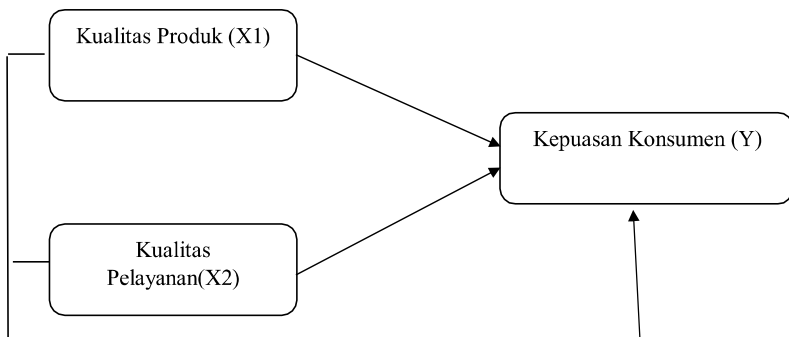
3	Giovanis et al. (2018) 1756-669X	<i>Assessing service quality and customer behavioral responses in hospital outpatient services</i>	<i>Covariance-based structural equation modeling techniques</i>	<i>indicate that patient perceptions about the quality of service delivered by medical staff largely contribute to the perception of overall service quality.</i>
4	Pambudy (2016) 2502-3780	Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pasien di puskesmas dukun gresik	Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menghitung uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, analisis korelasi ganda, koefisien keputusan, uji t dan uji F.	Dua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien

5	Dewi (2016) 2252-844X	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Pengguna BPJS pada Rumah Sakit Rehabilitasi Medik Kabupaten Aceh Timur	Metode penelitian yang dilakukan adalah menggunakan persamaan regresi linier berganda	Responsivitas, kepastian, dan simpati masing-masing berdampak positif terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS di RS Rehabilitasi Medik Kabupaten aceh Timur.
6	Meutia et al. (2019) 2579-8014	Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pasien puskesmas langsa lama	analisis data menggunakan persamaan regresi linier berganda	Hasil persamaan menunjukkan kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, simpati dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien di Puskesmas Langsa lama..

7	Afriadi & Sihotang (2016) 2461-0593	Pengaruh kualitas layanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pasien rawat inap	Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda	Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, harga, dan peralatan sesuai untuk digunakan dalam model penelitian. Hasil ini juga menunjukkan bahwa pengaruh gabungan variabel kualitas layanan, harga dan peralatan terhadap kepuasan pelanggan penting untuk nilai signifikannya.
---	--	---	---	---

2.5. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hubungan antar variable yang di atas, penulis membuat kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.6. Hipotesis

Menurut Syaifullah (2018) hipotesis merupakan Hasil sementara dari rumusan masalah penilitan, yang dimana dinyatakan dalam bentuk sebuah kalimat pernyataan rumusan masalah penelitian tersebut. Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien di Upt Puskesmas Sei Lekop
- H2: Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien di Upt Puskesmas Sei Leop
- H3: Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien di Upt Puskesmas Sei Lekop