

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK (RSIA)  
AISY'AH KLATEN**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan  
Manajemen Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

**ALWAN ARROSYID**

**B. 100. 020. 513**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2007**

## **PENGESAHAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK (RSIA) AISY'AH  
KLATEN**

Yang ditulis oleh **ALWAN ARROSYID, NIM: B 100 020 513**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat  
diterima.

Surakarta,   Maret 2007  
Pembimbing Utama

**(Ikhwan Susilo, SE, M.Si)**

Mengetahui  
Dekan

**(Drs. H. Syamsudin, MM)**



## ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh antara variabel *reliability*, *responsiveness*, *emphaty*, *assurance*, dan *tangibles* secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Sakit Ibu Dan Anak (RSIA) Aisy'ah Klaten dan untuk menganalisis faktor (variabel) yang paling dominan dari dimensi kualitas jasa Rumah Sakit Ibu Dan Anak (RSIA) Aisy'ah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Rumusan permasalahan dalam penelitian ini yakni apakah faktor dimensi kualitas jasa yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *emphaty*, *assurance*, dan *tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Sakit Ibu Dan Anak (RSIA) Aisy'ah Klaten?, dan Faktor (variabel) apakah yang paling berpengaruh dari dimensi kualitas jasa Rumah Sakit Ibu Dan Anak (RSIA) Aisy'ah terhadap kepuasan pelanggan?

Populasi dalam penelitian ini seluruh pelanggan pengguna jasa Rumah Sakit Ibu Dan Anak (RSIA) Aisy'ah Klaten. Jumlah sampel sebanyak 100 orang. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi digunakan untuk menggambarkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil analisis data diperoleh  $R^2$  sebesar 0,777 hal ini menunjukkan bahwa sebesar 77,7% variasi variabel kepuasan pelayanan pasien dapat dijelaskan oleh variabel dari dimensi *service quality* yaitu *reliability* ( $X_1$ ), *responsiveness* ( $X_2$ ), *assurance* ( $X_3$ ), *emphaty* ( $X_4$ ), dan *tangible* ( $X_5$ ), sedangkan sisanya 22,3% dijelaskan oleh faktor-faktor yang lain di luar model

Pengujian terhadap masing-masing variabel adalah variabel *reliability* diperoleh  $t_{hitung} 2,699 > t_{tabel} 1,989$ , maka *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel *responsiveness* diperoleh  $t_{hitung} 2,666 > t_{tabel} 1,989$  maka *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel *assurance* diperoleh  $t_{hitung} 2,569 > t_{tabel} 1,989$ , maka *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel *emphaty* diperoleh  $t_{hitung} 3,852 > t_{tabel} 1,989$ , maka *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan variabel *tangibles* diperoleh  $t_{hitung} 2,326 > t_{tabel} 1,989$ , maka *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uji F untuk pengaruh secara bersama-sama, diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar  $58,399 > F_{tabel} 2,37$ , maka variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* secara bersama-sama atau serentak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan melihat nilai koefisien regresi dapat diketahui bahwa koefisien regresi variabel *reliability* = 0,245, *responsiveness* = 0,241, *assurance* = 0,221, *emphaty* = 0,242 dan *tangible* = 0,176 maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel *reliability*.

Kata Kunci: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangible* dan kepuasan pelanggan.

## **MOTTO**

”Gagal dalam kemuliaan adalah lebih baik daripada menang dalam kehinaan. Orang yang gagal sekali-kali tidak rugi, selagi dia belum berputus asa. Kalau sekali maksud belum sampai, janganlah patah harapan”

*(Lord Efebry)*

## PERSEMBAHAN

*Karya ini kupersembahkan untuk:*

- ✓ *Bapak ibuku tercinta .....*
- ✓ *Kakak-2ku dan adik-2ku tersayang.....*

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta bimbingan-Nya yang senantiasa di berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK (RSIA) AISY'AH KLATEN.**

Penulisan skripsi ini di ajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Drs. H. Syamsudin, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Ikhwan Susilo, SE, M.Si., selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dalam memberikan pengaraan sampai terselesainya penulisan skripsi ini.
3. Bapak Djati Waskito, SE selaku pembimbing akademik.
4. Segenap dosen dan staf karyawan UMS khususnya di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membekali ilmu pengetahuan dan fasilitas selama study.
5. Bapak dan ibuku tercinta, yang dengan sabar dan ikhlash telah memberikan kasih sayang, pengorbanan, bimbingan dan do'anya.

6. Saudara-saudaraku tercinta, terima kasih atas do'a dan semangatnya.
7. Semua pihak yang terkait di dalamnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Tesis ini, untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis hargai. Akhirnya penulis berharap semoga tesis ini bermanfaat bagi penulis sendiri maupun pihak lain yang membutuhkannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, Maret 2007

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAKSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
A. LANDASAN TEORI .....	5
1. Kualitas Pelayanan .....	5
2. Kepuasan Pelanggan .....	11
3. Pelayanan yang Sempurna ( <i>Service Excellence</i> ). .....	12
4. <i>Total Quality Service (TQS)</i> .....	14
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>15</b>
A. Rangka Pemikiran .....	15
B. Subyek Penelitian .....	15
C. Hipotesis .....	16
D. Teknik Pengambilan Sampel .....	16

	E. Jenis Data .....	17
	F. Teknik Pengumpulan Data.....	18
	G. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel Penelitian	18
	H. Uji Kualitas Data .....	19
	1. Uji Validitas .....	20
	2. Uji Reliabilitas .....	20
	I. Analisis Data Dan Uji Hipotesis .....	21
<b>BAB</b>	<b>IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>27</b>
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	27
	B. Analisis Data .....	32
	1. Uji Instrumen .....	32
	a. Uji Validitas .....	32
	b. Uji Reliabilitas .....	34
	2. Uji Hipotesis .....	35
	a. Regresi Berganda .....	35
	b. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t) .....	39
	c. Uji Koefisien Regresi secara Serentak (Uji F) .....	45
	d. Uji Koefisien Determinasi .....	47
	C. Pembahasan .....	48
<b>BAB</b>	<b>V PENUTUP .....</b>	<b>52</b>
	A. Kesimpulan .....	52
	C. Saran-saran .....	53

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Sasaran dan Manfaat <i>Service Excellence</i> .....	13
Tabel 4.1 Uji Validitas Masing-masing Variabel .....	33
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Masing-Masing Variabel .....	34

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan .....	15
Gambar 4.1 Daerah Kritis Uji t untuk $\beta_1 X_1$ .....	40
Gambar 4.2 Daerah Kritis Uji t untuk $\beta_2 X_2$ .....	41
Gambar 4.3 Daerah Kritis Uji t untuk $\beta_3 X_3$ .....	42
Gambar 4.4 Daerah Kritis Uji t untuk $\beta_4 X_4$ .....	43
Gambar 4.5 Daerah Kritis Uji t untuk $\beta_5 X_5$ .....	44
Gambar 4.6 Daerah Kritis Uji F .....	46