

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TENTANG
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA RUMAH SAKIT UMUM WONOGIRI**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

FERDIAN SEPTIANTO
NIM. B 100 060 280

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2011

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**“ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TENTANG KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH
SAKIT UMUM WONOGIRI”**

Yang ditulis oleh :

FERDIAN SEPTIANTO
NIM. B 100 060 280

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima :

Surakarta, 2011

Pembimbing

(Ir. Irmawati, SE., M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Triyono, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **FERDIAN SEPTIANTO**
NIRM : **06.6.106.02016.50280**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN
TENTANG KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH SAKIT
UMUM WONOGIRI**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **20 Maret 2011**

Yang membuat pernyataan,

FERDIAN SEPTIANTO

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.
Maka apabila telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah
dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.
(QS. Al Insyirah ayat 6-7)

Tidak penting berapa kali kita gagal, yang terpenting adalah
berapa kali kita mampu bangkit dari kegagalan.
(Abraham Lincoln)

Apa pun tugas hidup anda, lakukan dengan baik. Seseorang
semestinya melakukan pekerjaannya sedemikian baik
sehingga mereka yang masih hidup, yang sudah mati, dan
yang belum lahir tidak mampu melakukannya lebih baik lagi.

(Martin Luther King)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- ✍ Orang tuaku yang tercinta yang selama ini selalu memberikan dukungan melalui do'a yang tak pernah lekang oleh waktu dan selalu memberikan dukungan materil.
- ✍ Adik-adikku yang tercinta yang selalu memberikan dukungan dan membantuku dalam mengarahkan setiap langkah hidupku. Semoga ALLAH SWT selalu memberikan kerukunan diantara kita.

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian : 1) Untuk menganalisis pengaruh persepsi konsumen tentang *Reliability* (keandalan) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Sakit Umum Wonogiri. 2) Untuk menganalisis pengaruh persepsi konsumen tentang *Responsive* (daya tanggap) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Sakit Umum Wonogiri. 3) Untuk menganalisis pengaruh persepsi konsumen tentang *Assurance* (jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Sakit Umum Wonogiri. 4) Untuk menganalisis pengaruh persepsi konsumen tentang *Empathy* (empati) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Sakit Umum Wonogiri. 5) Untuk menganalisis pengaruh persepsi konsumen tentang *Tangibles* (bukti langsung) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Sakit Umum Wonogiri.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah Diduga persepsi konsumen (*Reliability* (keandalan), *Responsive* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati), *Tangibles* (bukti langsung) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Sakit Umum Wonogiri ?

Berdasarkan hasil uji t_{test} maka diperoleh yaitu : Variabel *Reliability* menunjukkan bahwa *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan demikian model tersebut bisa dijadikan sebagai prediksi. Variabel *Responsive* menunjukkan bahwa *Responsive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan demikian model tersebut bisa dijadikan sebagai prediksi. Variabel *Assurance* menunjukkan bahwa *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan demikian model tersebut bisa dijadikan sebagai prediksi. Variabel *Empathy* menunjukkan bahwa *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan demikian model tersebut juga bisa dijadikan sebagai prediksi. Variabel *Tangibles* menunjukkan bahwa *Tangibles* mempunyai pengaruh yang paling signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen, dengan demikian model tersebut juga bisa dijadikan sebagai prediksi.

Berdasarkan hasil uji F maka secara bersama-sama antara variabel *Reliability* (X_1), *Responsive* (X_2), *Assurance* (X_3), *Empathy* (X_4), dan *Tangibles* (X_5) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Sehingga model yang digunakan adalah fit.

Keywords : *Reliability*, *Responsive*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangibles* dan Kepuasan Konsumen

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah hirobilalamin, puji syukur penulis panjatkan atas limpahan Rahmat dan berkah dari Allah SWT, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tanpa hambatan yang berarti. Salam dan sholawat semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita semua umat Islam dari jaman ke gelapan kejaman yang jauh lebih baik.

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah dengan sukar rela memberikan dukungan, doa, kesempatan, bantuan pemikiran tenaga dan fasilitas sehingga penelitian ini berjalan sebagaimana mestinya. Rasa terima kasih ini penulis sampaikan :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM., selaku Kajur Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ir. Irmawati, SE., M.Si selaku pembimbing utama yang dengan penuh kesabaran telah memberikan dukungan, saran, pengarahan dan dukungan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen dan staf karyawan FE. UMS yang telah banyak memberi bantuannya.
5. Adik-adiku yang slalu mendukungku.
6. Ibu dan Bapak yang tercinta terima kasih atas kasih sayangny yang tulus, tiada kuasa kiranya ananda membalasnya.

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini. Namun tak ada gading yang tak retak, maka saran yang konstruktif senantiasa penulis nantikan. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi setiap pembaca pada umumnya.

Surakarta, 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Skripsi.....	5
BAB II. LANDASAN TEORI.....	7
A. Kualitas Pelayanan.....	7
1. Pengertian Kualitas	7
2. Kualitas Pelayanan	8
3. Dimensi Kualitas Pelayanan	12
4. Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan	14

5. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan	16
B. Konsep <i>Total Quality Service</i> (TQS).....	22
1. Pengertian TQS	22
2. Elemen TQS	22
C. Konsep Jasa	23
1. Pengertian Jasa	23
2. Karakteristik Jasa	24
D. Kepuasan Konsumen.....	30
E. Penelitian Terdahulu	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	36
A. Kerangka Pemikiran	36
B. Hipotesis	37
C. Metode Penelitian.....	38
1. Jenis Penelitian.....	38
2. Populasi dan Sampel	38
3. Subyek Penelitian.....	40
4. Definisi Variabel dan Pengukurannya	41
5. Instrumen Penelitian.....	42
6. Jalannya Penelitian.....	43
7. Analisis Data	44

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Deskripsi Responden	51
	B. Pengujian Instrumen Penelitian.....	54
	1. Uji Validitas dan Reliabilitas	54
	2. Uji Asumsi Klasik	58
	3. Uji Hipotesis.....	60
	C. Pembahasan	72
BAB V.	PENUTUP.....	75
	A. Kesimpulan	75
	B. Keterbatasan Penelitian.....	76
	C. Saran-saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	22

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Responden Menurut Umur	31
Tabel 4.2	Responden Menurut Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.3	Responden Menurut Pendidikan.....	32
Tabel 4.4	Responden Menurut Pekerjaan.....	33
Tabel 4.5	Responden Menurut Pendapatan.....	34
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga	35
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas	35
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Distribusi	36
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	36
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	37
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas	37