

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN PADA PUSKESMAS MANGUNJAYA KABUPATEN BEKASI

Idah Yuniasih¹⁾ Fera Nelfianti²⁾ Irmawati Ruswandi³⁾

Universitas Bina Sarana Informatika

email: idah.idy@bsi.ac.id¹⁾ fera.fnf@bsi.ac.id²⁾ imawatir@gmail.com³⁾

ABSTRACT

Health is very important and essential for the society. This is because if people are sick then they can't work so they have to seek treatment and consult a doctor or medical personnel. Puskesmas is one of the first health facilities (faskes 1) according to BPJS rules. Therefore Puskesmas must provide good service quality so that patient will be comfortable. Although Puskesmas is a health facility from the Government, Puskesmas should pay attention to the quality of service so that patients will be loyal. The purpose of this study was to determine the relationship between service quality and patient satisfaction in Mangunjaya Puskesmas Bekasi Regency. This research is a quantitative research using data collection method: observation, documentation and questionnaires to 120 respondents. To calculate the result of this research questionnaire using regression coefficient, correlation coefficient and coefficient of determination. The result seen from regression line that is $Y = 41,129 + 0,279 X_1$ Based on calculation of coefficient of determination can know the level of contribution of patient service to patient satisfaction equal to 35,30% and 64,70% it influenced by other variable not examined.

Keywords: Service, Satisfaction

ABSTRAK

Kesehatan merupakan hal yang sangat penting untuk masyarakat. Hal ini dikarenakan apabila orang sakit maka orang tidak dapat beraktifitas dan bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidup sehingga harus berobat dan berkonsultasi dengan dokter atau tenaga medis. Puskesmas merupakan salah satu fasilitas kesehatan pertama (faskes 1) menurut aturan BPJS. Oleh karenanya Puskesmas harus memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga pasien akan nyaman. Meskipun Puskesmas merupakan fasilitas kesehatan dari Pemerintah, Puskesmas harus memperhatikan kualitas pelayanan sehingga pasien akan loyal dan setia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pasien di Puskesmas Mangunjaya Kabupaten Bekasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data: observasi langsung, dokumentasi dan penyebaran kuesioner kepada 120 responden. Untuk menghitung hasil dari kuesioner penelitian ini menggunakan koefisien regresi, koefisien korelasi serta koefisien determinasi. Penelitian ini mendapatkan hasil yang terlihat dari garis regresi yaitu $Y = 41,129 + 0,279 X_1$ Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi dapat diketahui tingkat kontribusi pelayanan pasien terhadap kepuasan pasien sebesar 35,30% dan 64,70% nya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata Kunci: Pelayanan, Kepuasan

PENDAHULUAN

Pembangunan dibidang kesehatan merupakan bagian dari pembangunan Nasional. Pemerintah sebagai instansi tertinggi yang bertanggungjawab atas pemeliharaan kesehatan, harus pula memenuhi kewajiban dalam penyedia sarana pelayanan kesehatan bagi masyarakat. *World Health Organization* (WHO) atau badan kesehatan dunia telah menetapkan bahwa kesehatan merupakan investasi, hak dan

kewajiban setiap manusia. Puskesmas merupakan suatu unit pelayanan kesehatan terdepan yang terdapat didalam masyarakat, Puskesmas bertanggung jawab dalam menyelenggarakan pelayanan kesehatan masyarakat, juga dalam menyelenggarakan pelayanan kedokteran.

Konsep dasar Puskesmas sebagai unit pelayanan kesehatan terdepan yang merupakan tulang punggung pelayanan kesehatan tingkat dasar, pertama kali dicetuskan pada tahun 1968 ketika dilangsungkan Rapat Kerja Kesehatan Nasional (Rakernas) I di Jakarta. Lahirnya ide tersebut berdasarkan adanya rasa kurang puas terhadap pelayanan tingkat pertama pada waktu itu, seperti Balai Kesehatan Ibu dan Anak (BKIA), Balai Pengobatan (BP) dan sebagainya. Maka dari itu timbul suatu gagasan untuk menyatukan semua pelayanan tingkat pertama ke dalam suatu organisasi terpercaya yang diberi nama Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskesmas).

Menurut Depkes RI (1991) Puskesmas adalah suatu organisasi kesehatan fungsional yang merupakan pusat pengembangan kesehatan masyarakat yang juga membina peran serta masyarakat disamping memberikan pelayanan secara menyeluruh dan terpadu kepada masyarakat di wilayah kerjanya dalam bentuk kegiatan pokok.

Terciptanya kualitas layanan tentunya akan menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan. Kualitas layanan ini pada akhirnya akan memberikan manfaat, di antaranya terjalinnya hubungan yang harmonis antara penyedia jasa dengan pelanggan/pasien, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas pelanggan/pasien dalam membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*world of mouth*) yang menguntungkan bagi penyedia jasa tersebut. Pihak Puskesmas Mangunjaya, Tambun Selatan perlu secara cermat menentukan kebutuhan pelanggan/pasien sebagai upaya untuk memenuhi harapan/keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Menjalin hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan/pasien.

Oleh karena itu, Puskesmas Mangunjaya Kabupaten Bekasi dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan/pasien dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan terhadap pengguna layanan dapat meningkat secara signifikan.

KAJIAN TEORI

Konsep Kualitas

Dalam rangka menciptakan pengertian atau definisi kualitas dapat mengandung berbagai macam penafsiran, karena kualitas ini memiliki sejumlah level: *Universal* (sama di manapun), *Cultural* (tergantung sistem nilai budaya), *Social* (dibentuk oleh kelas sosial ekonomi, kelompok etnis, keluarga, teman sepergaulan) dan *Personal* (tergantung preferensi atau selera setiap individu). Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Banyak pakar dibidang kualitas yang mencoba untuk mendefinisikan kualitas berdasarkan sudut pandang masing-masing individu.

Kualitas jasa juga merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor ini penting karena tergantung pada persepsi pelanggan. Menurut ISO 9000 dalam Lupiyoadi (2013:212) kualitas adalah "*Degree to which a set of inherent characteristic fulfils requirements*, artinya derajat yang dicapai oleh karakteristik yang *inherent* dalam memenuhi persyaratan".

Sedangkan menurut Goetsch Davis dalam Yamit (2010:8), membuat definisi kualitas yang lebih luas cakupannya, yaitu "kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan". Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu bergantung pada perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Pada dasarnya terdapat 3 (tiga) orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain, yaitu: (1) persepsi konsumen, (2) produk (barang/jasa), dan (3) proses. Untuk yang berwujud barang ketiga orientasi ini hampir selalu dapat dibedakan dengan jelas, tetapi tidak untuk jasa. Untuk jasa produk dan proses tidak dapat dibedakan dengan jelas, bahkan produknya adalah proses itu sendiri.

Konsep Pelayanan

Salah satu faktor penting dan utama dalam sebuah usaha di bidang jasa adalah memberikan pelayanan dimana para pelanggan akan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik. Akan tetapi para pelanggan akan pergi apabila pelayanan yang diberikan tidaklah memuaskan. Menurut Kotler dalam Laksana (2008:85) pelayanan adalah "setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun produksinya".

Menurut Gronroos dalam Ratminto dan Atik (2005:2) pelayanan adalah "suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan". Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Sunyoto (2014:136) dinyatakan pengertian pelayanan bahwa "Pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain".

Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat dikemukakan bahwa pada dasarnya pelayanan adalah sesuatu yang tidak terwujud tetapi dapat memenuhi kebutuhan pelanggan/masyarakat. Pelayanan tidak dapat mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan dan terdapat interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa.

Konsep Kualitas Pelayanan

Memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan/pasien terus dikembangkan sedemikian rupa sehingga saat ini program pelayanan telah menjadi salah satu alat utama dalam melaksanakan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan. Sikap kepedulian kepada pelanggan telah dikembangkan menjadi suatu pola pelayanan terbaik. Kualitas pelayanan juga sangat dipengaruhi oleh harapan konsumen. Harapan konsumen dapat bervariasi dengan konsumen lainnya walaupun

pelayanan yang diberikan sama. Menurut Wyckof dalam Purnama, (2006:19) kualitas pelayanan adalah "kualitas layanan sebagai tingkat kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen".

Sedangkan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013:44) kualitas pelayanan merupakan "perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan".

Menurut Gronroos dalam Purnama (2006:20), menyatakan kualitas pelayanan meliputi:

1. Kualitas fungsi, yang menekankan bagaimana layanan dilaksanakan, terdiri dari: dimensi kontak dengan konsumen, sikap dan perilaku, hubungan internal, penampilan, kemudahan akses, dan *service mindedness*.
2. Kualitas teknis dengan kualitas *output* yang dirasakan konsumen, meliputi harga, ketepatan waktu, kecepatan layanan dan estetika *output*.
3. Reputasi perusahaan, yang dicerminkan oleh citra perusahaan dan reputasi di mata konsumen.

Dari pendapat-pendapat tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yaitu tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan konsumen/pelanggan yang diberikan oleh suatu organisasi. Kualitas pelayanan diukur dengan lima indikator pelayanan, (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik).

Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyoadi (2013:47) menyatakan ada 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan. Kelima dimensi itu adalah:

1. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
2. *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
3. *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
4. *Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka. Hal ini mengharuskan bahwa suatu perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.
5. *Tangibles* (bentuk fisik), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang

dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dll), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

Konsep Kepuasan

Menurut Richard Oliver dalam Sunyoto (2014:52), bahwa kepuasan adalah “tanggapan pelanggan terhadap kebutuhan-kebutuhannya”. Hal ini berarti penilaian terhadap suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah atau melebihi harapan pelanggan.

Menurut Kotler dalam Lovelock (2007:102) kepuasan merupakan, “tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan yang diharapkan”. Sedangkan menurut Oliver dalam Tjiptono dan Grogerius (2005:195) kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai”. Dari definisi-definisi tersebut di atas dapat disimpulkan, yaitu adanya perbandingan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan pelanggan.

Konsep Pelanggan

Pelanggan atau pemakai suatu produk adalah orang-orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan-perusahaan bisnis sebelum tahap menghasilkan produk dinamakan pemasok. Menurut Sunyoto (2014:49) berpendapat bahwa pengertian pelanggan sehari-hari adalah “orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa, secara terus-menerus”. Sementara itu menurut Lupiyoadi dan Hamdani dalam Setiawan (2011:14) pelanggan adalah “pembeli yang datang berulang”.

Menurut Pasal 1 UU No. 29 Tahun 2004 tentang praktik kedokteran menjelaskan definisi pasien adalah “setiap orang yang melakukan konsultasi masalah kesehatannya untuk memperoleh pelayanan kesehatan yang diperlukan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada dokter atau dokter gigi”. Pelanggan bagi perusahaan adalah *asset*, karena itu peningkatan kualitas pelayanan diupayakan terus-menerus untuk memenuhi kebutuhan dan harapan/kolega. Perencanaan pelayanan yang baik bertujuan memberikan pelayanan kepada pelanggan/kolega sehingga tidak akan terjadi masalah/konflik/Komplain.

Jenis-jenis Pelanggan

Secara garis besar terdapat tiga jenis pelanggan menurut Sunyoto (2014:49), yaitu:

1. Pelanggan Internal (*internal customer*)

Adalah orang-orang atau pengguna produk yang berada di dalam perusahaan dan memiliki pengaruh terhadap maju atau mundurnya perusahaan tersebut. Misalnya: bagian pembelian, pemasaran, penjualan, dan produksi.

2. Pelanggan perantara (*intermediate customer*)

Adalah setiap orang yang berperan sebagai perantara produk, bukan sebagai pemakai.

3. Pelanggan eksternal (*external customer*)

Adalah setiap orang atau kelompok orang pengguna suatu produk (barang/jasa) yang dihasilkan oleh perusahaan bisnis. Pelanggan eksternal inilah yang berperan sebagai pelanggan nyata atau pelanggan akhir.

Konsep Kepuasan Pelanggan

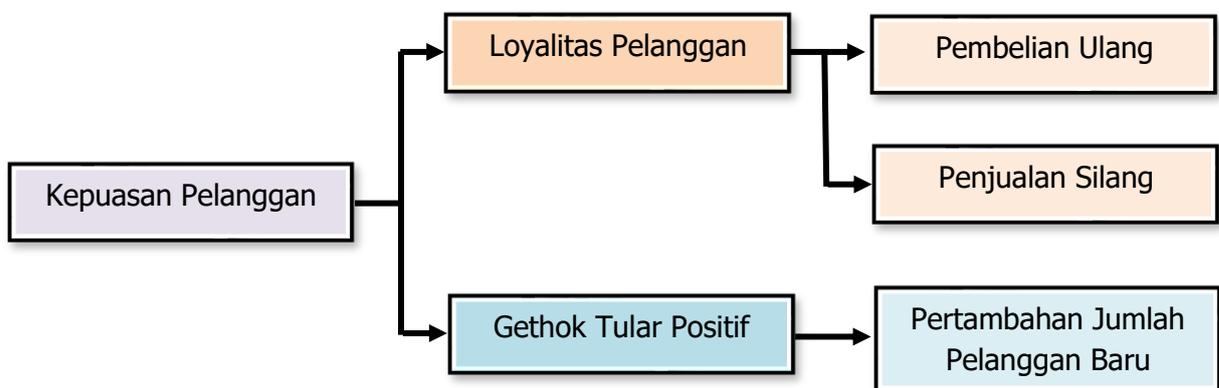
Seorang pelanggan akan memberikan nilai yang tinggi terhadap suatu jasa apabila dia merasa manfaat yang didapatkan lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan, serta jasa lain dari penyedia jasa *competitor* tidak mampu memberikan manfaat yang lebih baik. Demikian pula sebaliknya, apabila biaya yang dikeluarkan seorang pelanggan lebih besar dibandingkan manfaat yang diperoleh ketika membeli jasa tertentu, dia akan berkesimpulan bahwa jasa tersebut memiliki nilai yang terendah.

Menurut Irawan dalam Sunyoto (2014:52) kepuasan pelanggan adalah "perasaan puas yang didapatkan oleh pelanggan karena mendapatkan *value* dari pemasok, produsen, atau penyedia jasa". Sementara itu menurut Kotler dan Amstrong dalam Rangkuti (2013:42) kepuasan konsumen adalah "sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih tinggi ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira".

Menurut Endang dalam Mamik (2010:215) menyatakan kepuasan pasien adalah "evaluasi atau penilaian setelah memakai suatu pelayanan, bahwa pelayanan yang dipilih setidaknya-tidaknya memenuhi atau melebihi harapan". Selain itu, hingga saat ini telah banyak riset yang menunjukkan keterkaitan erat antara kepuasan pelanggan dan ukuran-ukuran kinerja lainnya. Kepuasan pelanggan juga berpengaruh signifikan terhadap *shareholder value* walaupun dampaknya bervariasi antar industri dan antar perusahaan.

Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono, Grogerius, et al dalam Wood (2009:11) secara garis besar kepuasan pelanggan memberikan dua manfaat utama bagi perusahaan, seperti yang telah digambarkan dibawah ini:



Sumber: Tjiptono, Chandra, et al dalam Wood (2009:11)

Gambar 1. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa manfaat-manfaat spesifik kepuasan pelanggan bagi perusahaan mencakup: dampak positif pada loyalitas pelanggan; berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross selling* dan *up-selling*); menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biaya-biaya komunikasi, penjualan dan layanan pelanggan); menekan *volatilitas* dan risiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan; meningkatkan toleransi harga (terutama kesediaan untuk membayar harga premium dan pelanggan tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok); rekomendasi gethok tular positif, pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extensions*, dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan, serta meningkatkan *bargaining power* relatif perusahaan terhadap jejaring pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi.

Singkat kata bahwa tidak perlu diragukan kembali bahwa kepuasan pelanggan sangat krusial bagi kelangsungan hidup dan daya saing setiap organisasi, baik bisnis maupun nirlaba.

Faktor-faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan

Menurut Sunyoto (2014:53), yang berdasarkan studi literature, terdapat lima (5) *driver* utama kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik.

2. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Bagi pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, komponen harga relatif tidak penting bagi mereka.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sebesar 70%. Tidak mengherankan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Pembentukan sikap dan perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan menciptakan, bukanlah pekerjaan mudah. Pembentukan harus dilakukan mulai dari proses *recruitment*, pelatihan, budaya kerja, dan hasilnya biasanya baru terlihat setelah 3 tahun.

4. Faktor Emosional

Untuk beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik dan pakaian, faktor emosional menempati tempat yang penting untuk menentukan kepuasan pelanggan rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh nilai emosional yang mendasari kepuasan pelanggan.

5. Biaya dan Kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif murah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Peran *driver* merupakan pendorong kepuasan pelanggan tentunya tidak sama

antara *driver* yang satu dengan *driver* yang lain, masing-masing *driver* memiliki bobotnya masing-masing sesuai dengan industri perusahaan dan kebutuhan dari para pelanggan yang dimilikinya.

Dimensi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut hasil penelitian dari Brady dkk dalam Laksana (2008:94) dapat dipahami melalui tiga pendekatan, yaitu:

1. *Interaction Quality* (kemampuan pegawai), merupakan kualitas pelayanan yang melibatkan hubungan pelayanan diantara pekerja yang memberikan pelayanan.
2. *Physical Environment Quality* (Kualitas Lingkungan Fisik), merupakan lingkungan fisik dari tempat pekerjaan yang harus selalu diperhatikan, karena akan sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan.
3. *Outcome Quality* (Kualitas hasil Pelayanan), yaitu hasil dari suatu pelayanan merupakan penentu dalam menilai kualitas pelayanan.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Metode Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2009:14) adalah metode penelitian berdasarkan pada falsafah postpositivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data meliputi: observasi, dokumentasi dan kuesioner.

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik *Random Sampling* atau pengambilan sample secara acak. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 120 orang.

Uji Validitas

Dari hasil perhitungan uji validitas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa dapat dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $r_{tabel} = 0,4683$. Dengan ini, 20 soal tersebut telah teruji valid dan dapat dipergunakan untuk perhitungan selanjutnya.

Uji Reliabilitas

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$
$$r_{11} = \left[\frac{20}{20-1} \right] \left[1 - \frac{17,927}{172,109} \right]$$
$$r_{11} = [1,052] [0,896]$$
$$r_{11} = 0,942$$

Setelah diperoleh koefisien reliabilitas kemudian dikonsultasikan dengan harga r *product moment* pada taraf signifikansi 5 %. Jika harga $r_{11} > r_{tabel}$ maka instrumen dapat dikatakan reliabel dan sebaliknya jika harga $r_{11} < r_{tabel}$ maka dikatakan bahwa instrumen tersebut tidak reliabel. Berdasarkan hasil uji reliabilitas kuesioner menggunakan rumus Alpha. Instrumen penelitian dinyatakan sangat reliabel, karena nilai $r_{11} = 0,942 > 0,80$.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Berdasarkan Jenis Kelamin		
Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
Laki-laki	41	34%
Perempuan	79	66%
Jumlah	120	100%
Berdasarkan Usia		
Usia	Responden	Persentase (%)
< 20 Tahun	22	18%
21 s/d 30 Tahun	22	18%
31 s/d 40 Tahun	27	23%
41 s/d 50 Tahun	19	16%
> 50 Tahun	30	25%
Jumlah	120	100%
Berdasarkan Tingkat Pendidikan		
Tingkat Pendidikan	Responden	Persentase (%)
SD/Sederajat	12	10%
SMP/Sederajat	14	11%
SMA/Sederajat	90	75%
Diploma	2	2%
Sarjana	2	2%
Jumlah	120	100%
Berdasarkan Pekerjaan		
Pekerjaan	Responden	Persentase (%)
Pegawai Negeri	2	2%
Pegawai Swasta	32	27%
Wiraswasta	26	21%
Pelajar	14	11%
Lainnya	46	39%
Jumlah	120	100%

Sumber: Hasil Kuesioner

Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Sederhana

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1 (Constant)	41,129	6,208		6,625	,000
Kualitas Pelayanan X	,279	,068	,353	4,103	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pasien Y
 Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan X

Hasil analisis regresi linier sederhana diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X_1 = 0,279$ dengan konstanta (Y) sebesar 41,129 sehingga model persamaan regresi linier sederhana diperoleh adalah $Y = 41,129 + 0,279 X_1$

Hasil Hal ini berarti setiap ada peningkatan satu skor kualitas pelayanan (X_1) maka kepuasan pasien (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,279 dengan anggapan variabel lain adalah konstan.

Tabel 3. Anova

Anova						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	473,244	1	473,244	16,837	,000 ^b
	Residual	3316,681	118	28,107		
	Total	3789,925	119			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pasien Y
 Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan X

Hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS *for windows release 23* diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 16,837 dengan nilai probabilitas sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien.

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Determination				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,353 ^a	,125	,117	5,302

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan X

Nilai Koefisien Determinasi berdasarkan tabel diatas sebesar 0.353 berarti bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien sebesar 35,30% dan selebihnya kepuasan pasien dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

SIMPULAN

1. Kualitas pelayanan yang diberikan petugas kesehatan sangat berpengaruh terhadap kenyamanan pasien. Apabila pasien merasa puas terhadap pelayanan maka pasien tersebut akan merasa nyaman dan juga mempercayai pelayanan yang diberikan di Puskesmas Mangunjaya Kabupaten Bekasi, sehingga akan terciptanya loyalitas dari pasien itu sendiri.
2. Keterjangkauan atau akses dalam pasien di Puskesmas Mangunjaya Kabupaten Bekasi sudah cukup baik, hal ini ditunjukkan dengan kemudahan pasien dalam mengakses atau menjangkau layanan kesehatan di Puskesmas tanpa terhalang dari segi geografis, bahasa dan ekonomi.
3. Hasil hubungan antara kualitas pelayanan dalam mempengaruhi kepuasan pasien menunjukkan persentase sebesar 35,30%.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P dan Keller, K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 2. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks
- Laksana, Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Lovelock, H Christopher dan Lauren, K. Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan Kedua. Jakarta: PT Indeks
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran: Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat
- Mamik. (2010). *Organisasi & Manajemen: Pelayanan Kesehatan dan Kebidanan*. Jakarta: Prins Media
- Purnama, Nursya'bani. (2006). *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia UII
- Rangkuti, Freddy. (2013). *Customer service Satisfaction & Call Centre*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Ratminto dan Atik Winarsih. (2005). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Setiawan, Supriadi. (2011). *Loyalitas Pelanggan Jasa*. Cetakan Pertama. Bogor: IPB Press
- Siregar, Sofyan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana
- Sugiono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Suharsimi, Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sunyoto, Danang. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan Ketiga. Yogyakarta: CAPS
- Supranto. J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Keempat. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Tjiptono, Fandi dan Grogerius Candra. (2005). *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset
- Umar, Husein. (2005). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Cetakan Keempat. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Wood, Ivonne. (2009). *Layanan Pelanggan*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Yamit, Zulian. (2010). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Cetakan Kelima. Yogyakarta: Ekonisia