

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA TARIF, PELAYANAN DAN FASILITAS KAMAR TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PASIEN RAWAT INAP DI RUMAH SAKIT KRISTEN MOJOWARNO JOMBANG

Heny Sidanti¹⁾

¹⁾ Dosen Program Studi Manajemen STIE Dharma Iswara Madiun

Abstract

Marketing Activity is one of fundamental activity for company in maintaining its viability to expand and get profit. All company that certain production of service type laboured can give desired satisfaction consumer. This Research is to know : (a) Relationship between tariff with satisfaction level inpatient in Christian Mojowarno Hospital, (b) Relationship between service and satisfaction level in Christian Mojowarno Hospital, (c) Relationship between room facility and satisfaction level in Christian Mojowarno Hospital. This Research uses two kinds of data, both data referred is primary data ; questioner and data secondary from Christian Mojowarno Hospital, the samples are 100 patient's of Christian Mojowarno Hospital. Data is analysed by using Chi square method applied between tariff, service and room facility with patient satisfaction level in using service of Christian Mojowarno Hospital and conducted the with hypothesis testing. This research Result indicates that tariff has significant relation with patient's satisfaction level the result calculated between (48,19) < tables (9,49), the service has significant relationship with patient satisfaction level result calculated between (28,061) > tables (9,49) and facility also have significant relation within patient satisfaction level with result calculated between (13,843) > tables (12,59). Result of coefficient C computation for tariff variable as high as 0,507, service variable 0,468 and facility variable as high as 0,348. Whereas for maximum calculation result as high as 0,866. So it can be concluded that tariff variable is the most significant variable in this research. In consequence, if a company wants to succeed in its effort, it must return to those all employees that take good services patient affordable. Tariff is supported also by patient's desired facility.

Keyword : Tariff, Service, Facility and patient's satisfaction class :

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pemerintah Indonesia sedang melakukan pembangunan dalam segala bidang, salah satunya adalah melakukan peningkatan sarana kesehatan bagi masyarakat. Kesehatan adalah salah satu kebutuhan yang cukup penting bagi manusia, karena tanpa kesehatan yang baik manusia tidak akan dapat melakukan aktifitasnya dengan baik. Untukantisipasi hal tersebut maka didirikan suatu lembaga kesehatan yang disebut " Rumah Sakit" atau

pusat pelayanan kesehatan masyarakat milik pemerintah atau milik swasta yang tersebar di seluruh Indonesia. Namun selain motif usahanya sebagai perusahaan nirlaba yang memberikan jasa kesehatan, sebagai Rumah Sakit juga mempunyai tujuan untuk mendapatkan laba untuk menjamin kelangsungan hidup rumah sakit itu sendiri.

Rumah Sakit dewasa ini tumbuh dan berkembang dengan pesat dan diikuti pula dengan persaingan yang semakin tajam. Pertumbuhan dan perkembangan perusahaan dapat

dilihat dari aktivitas Rumah sakit dalam meningkatkan pelayanan mutu dan yang akan digunakan untuk bersaing dengan rumah sakit yang lainnya. seiring dengan banyaknya rumah sakit dan dengan persaingan yang cukup ketat, situasi ini menimbulkan beberapa kondisi di mana Rumah sakit menawarkan berbagai macam pelayanan dengan berbagai keunggulan dan keistimewaan masing-masing. Banyaknya penawaran seperti tingkatan tarif kamar rawat inap, pelayanan rawat jalan, serta fasilitas-fasilitas yang ada di banyak rumah sakit akan menyebabkan konsumen semakin selektif dalam memilih layanan kesehatan sesuai dengan kondisi dan keinginan serta keputusan masing-masing konsumen. Keadaan ini juga menuntut perusahaan atau Rumah Sakit untuk memilih strategi pemasaran yang baik, disamping itu juga Rumah Sakit harus mengembangkan diri sesuai dengan perkembangan teknologi, ilmu pengetahuan, perkembangan sikap konsumen, persaingan dan lain sebagainya.

Rumah Sakit Kristen Mojowarno juga menyediakan banyak fasilitas kamar rawat inap mulai dari kamar kelas I sampai dengan kelas III, yang diharapkan dapat membantu pasien untuk memilih tingkat fasilitas yang diinginkan. Tiap tingkatan kamar dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas tersendiri sehingga diharapkan pasien rawat inap dapat memperoleh kepuasan dalam beristirahat. Semakin tinggi tingkatan kelas kamar rawat inap yang dipilih akan menyebabkan semakin besar pula biaya atau tarif yang dikeluarkan pasien. Agar dapat menjaga kualitas atas jasa yang telah diberikan, maka setiap lembaga kesehatan harus mengetahui tingkat kepuasan pasien yang menjadi konsumennya.

Perumusan Masalah

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada hubungan yang signifikan antara tarif dengan tingkat kepuasan pasien dalam menggunakan jasa pada Rumah Sakit Kristen Mojowarno
2. Apakah ada hubungan yang signifikan antara pelayanan dengan tingkat kepuasan pasien dalam menggunakan jasa pada Rumah sakit Kristen Mojowarno ?
3. Apakah ada hubungan yang signifikan antara fasilitas kamar dengan tingkat kepuasan pasien dalam menggunakan jasa pada Rumah Sakit Kristen Mojowarno ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui signifikan hubungan antara tarif dengan tingkat kepuasan pasien di Rumah sakit Kristen Mojowarno Jombang.
 - a. Untuk mengetahui signifikan hubungan antara pelayanan dengan tingkat kepuasan pasien di Rumah Sakit Kristen Mojowarno Jombang.
 - b. Untuk mengetahui signifikan hubungan antara fasilitas kamar dengan tingkat kepuasan pasien di Rumah Sakit Mojowarno Jombang.

Manfaat Penelitian

- a. Bagi Rumah Sakit

Memberikan masukan bagi Rumah Sakit Kristen Mojowarno tentang hubungan antara tarif, Pelayanan dan Fasilitas kamar terhadap tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kepuasan terhadap konsumen yang menggunakan jasa Rumah Sakit ini.
- b. Bagi Penulis

Untuk menerapkan dan membandingkan teori yang pernah di peroleh dalam kasus yang terjadi pada Rumah Sakit untuk kemudian diambil suatu kesimpulan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, berkembang dan memperoleh laba. Dalam kegiatan pemasaran perusahaan seharusnya dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, jika perusahaan ingin usahanya terus berjalan perusahaan harus dapat memahami konsumen beserta keinginannya. Adapun definisi pemasaran dari beberapa ahli adalah sebagai berikut :

a. Menurut Kotler (1993:5)

Pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial dengan mana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapat apa yang mereka butuhkan dan ingin melalui penciptaan penawaran dan pertukaran produk-produk yang bernilai.¹

b. Menurut Fride dan Ferrel (1995:5)

Pemasaran terdiri dari kegiatan-kegiatan para individu dan organisasi yang dilakukan untuk memudahkan atau mendukung hubungan pertukaran yang memuaskan dalam sebuah lingkungan yang dinamis melalui penciptaan, distribusi, promosi dan penetapan harga, jasa dan gagasan.²

Definisi pemasaran yang telah disebutkan diatas berpijak pada konsep-konsep inti sebagai berikut Kotler (1993:5) :

1. Kebutuhan, keinginan dan Permintaan
Titik tolak disiplin pemasaran terletak pada kebutuhan dan keinginan manusia.

- a. Kebutuhan manusia adalah suatu keadaan kekurangan akan kepuasan dasar tertentu.
- b. Keinginan adalah dorongan-dorongan akan pemuas tertentu dari kebutuhan yang lebih dalam.
- c. Permintaan adalah keinginan akan produk-produk tertentu yang didukung oleh suatu kemampuan dan keinginan untuk membelinya.³

2. Produk

Orang memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka dengan produk yang ditawarkan oleh produsen. Secara luas produk mencakup segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan mereka.

3. Nilai, Biaya dan Kepuasan

Nilai adalah perkiraan konsumen akan kapasitas keseluruhan produk untuk memenuhi kebutuhan. Konsep-konsep mengenai nilai, biaya dan kepuasan merupakan hal yang penting bagi disiplin pemasaran.

4. Pertukaran transaksi dan Hubungan

Pemasaran muncul ketika manusia memutuskan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka dengan melalui pertukaran, sedangkan pertukaran merupakan salah satu dari empat cara orang mendapatkan produk yang mereka inginkan.

2. Pengertian Manajemen Pemasaran
Definisi Manajemen Pemasaran menurut Kotler (1997:13), adalah proses perencanaan dengan pelaksanaan pemikiran, penentuan harga, promosi serta penyaluran gagasan pada barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran

¹Kotler, Philip. *Dasar-dasar Pemasaran (Terjemahan)*. Jakarta: Penerbit Intermedia, 1987.

²Fride and Ferrel. *Pemasaran Teori dan Praktek sehari-hari*. Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara, 1995.

³Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran. Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian(Terjemahan)*. Jakarta: Penerbit Fakultas ekonomi UI, 1993.

yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi.⁴

3. Konsep Pemasaran

Pada prinsipnya ada lima konsep pemasaran yaitu :

a. Konsep Produksi (*The Production Concept*)

Konsep ini berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk yang mudah didapat dan murah harganya. Oleh karena itu manajemen harus berusaha untuk meningkatkan efisiensi produk.

b. Konsep Produk (*the Product Concept*)

Konsep ini berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk yang menawarkan kualitas, penampilan dan cirri-ciri yang baik. Jadi manajemen dalam perusahaan ini harus berupaya untuk mendapatkan produk yang lebih baik dan terus menyempurnakannya.

c. Konsep Penjualan (*The Selling Concept*)

Konsep penjualan ini berpendapat bahwa para konsumen tidak akan membeli produk dari perusahaan ini kecuali jika perusahaan melakukan kegiatan penjualan yang agresif dan kegiatan promosi yang gencar.

d. Konsep Pemasaran (*The Marketing Concept*)

Konsep pemasaran ini berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan perusahaan adalah terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran secara lebih dari pada yang dilakukan oleh pihak pesaing.

e. Konsep Pemasaran Kemasyarakatan (*The Social marketing Concept*)

Konsep pemasaran ini berpegang teguh pada asumsi bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan minat

dari pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan konsumen sehingga dapat menjamin kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

4. Perilaku konsumen

a. Definisi Perilaku Konsumen

Adapun definisi Perilaku Konsumen menurut James F. Engel (1994:3) adalah sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan itu.⁵

b. Teori-teori Perilaku Konsumen

1. Teori Ekonomi Mikro

Yaitu teori yang menganut kepuasan marginal (*marginal utility*).

Teori ini menyebutkan bahwa konsumen akan meneruskan pembeliannya terhadap barang atau jasa untuk jangka waktu lama karena telah mendapatkan kepuasan dari barang atau jasa yang telah dikonsumsinya.

2. Teori Psikologis

Teori mendasarkan diri pada factor-factor psikologis individu yang selalu di pengaruhi oleh kekuatan-kekuatan lingkungan. Pada pokoknya teori ini merupakan penerapan dari teori-teori bidang psikologis dalam menganalisa perilaku konsumen.

3. Teori Sosiologis

Teori ini mengarahkan tentang analisa perilaku konsumen pada kegiatan-kegiatan kelompok, seperti : keluarga, teman sekerja dan sebagainya.

5. Tingkat Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen adalah faktor yang menentukan apakah perusahaan dalam jangka panjang akan mendapatkan laba. Menurut Kotler (1997:36), "Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa

⁴Kotler, Philip. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit PT. Prenhallindo, 1997.

⁵F.Engel, James. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara, 1994.

seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.”⁶

6. Pemasaran Jasa

a. Pengertian tentang Jasa dan Ciri-ciri Jasa

1. Pengertian Jasa

Menurut Kotler (1987:450), “Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu.”⁷

Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat tergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja (penampilan) yang ditawarkan oleh pihak produsen.

2. Ciri-ciri Jasa

Menurut Kotler (1991:229), jasa bersumber dari beberapa ciri yang membedakan dari produk. Maka ciri-ciri jasa adalah :

- a. Maya atau tidak terasa
- b. Tidak dapat dipisahkan
- c. Heterogenitas
- d. Tidak tahan lama

Karakteristik Jasa lain

Menurut Fandy Tjiptono (1997:136), Jasa memiliki empat karakteristik utama yang membedakan dari barang yaitu :

1. *Intangibility*

Jasa bersifat intangible, maksudnya tidak dapat di lihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum di beli dan dikonsumsi.

2. *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi kemudian dijual, lalu di konsumsi.

Sedangkan jasa di lain pihak, umumnya dijual terlebih dahulu,

baru kemudian diproduksi lalu di konsumsi secara bersama.

3. *Variability*

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan non-standardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

4. *Perishability*

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan yang tidak dapat disimpan.⁸

b. Proses Pembelian Jasa

Menurut Yazid (2003:44-49) dalam perilaku konsumen jasa, proses pembelian jasa dapat dipandang sebagai serangkaian tahapan yaitu : mengenali kebutuhan, pencarian alternatif, evaluasi alternatif, keputusan membeli dan perasaan setelah membeli jasa. Yang penting diingat adalah bahwa ada faktor eksternal yang mempengaruhi jalannya proses tersebut, karena adanya perbedaan personalitas seperti kepribadian, konsep diri, persepsi subyektif, konsumen terhadap informasi barang dan situasi pembelian. Tahapan-tahapan dalam proses pembelian jasa adalah :

1. Mengenali kebutuhan

Perilaku konsumen jasa tidak bebrbeda dengan perilaku konsumen barang, karena pembelian atau penggunaan barang dan jasa hanya merupakan suatu sarana untuk memenuhi kebutuhan.

2. Pencarian alternatif

Begitu muncul suatu kebutuhan atau keinginan yang didasari seorang konsumen, kemudian mencari alternatif pemuasan kebutuhan dan keinginannya.

3. Evaluasi alternatif

Setelah pengumpulan informasi, konsumen mengevaluasi alternatif-

⁶Kotler, Philip. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit PT. Prenhallindo, 1997.

⁷Kotler, Philip. *Dasar-dasar Pemasaran (Terjemahan)*. Jakarta: Penerbit Intermedia, 1987.

⁸Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997.

- alternatif berdasarkan kepada apa yang telah dipelajarinya.
4. Keputusan beli
Konsumen cenderung meminilkan resiko berdasarkan kepada kualifikasi jasa tertentu yang diterimanya atau dengan mengurangi ketidakpastian.
 5. Perasaan setelah membeli
Konsumen akan merasakan puas atau tidak puas terhadap jasa yang telah dibeli.⁹

Arti pentingnya Pemasaran Jasa Perbandingan antara perusahaan jasa dengan perusahaan pengolahan yaitu :

1. Kurang memiliki kegiatan-kegiatan bauran pemasaran pada bagian pemasaran.
2. Kurang melakukan analisa.
3. Lebih banyak melakukan sendiri program iklannya daripada menyerahkan pada biro-biro iklan independen.
4. Kurang memiliki perencanaan penjualan yang menyeluruh.
5. Kurang mengembangkan program latihan penjualan.
6. Lebih kecil dalam mengeluarkan dana dibidang pemasaran.

Jenis Pemasaran Jasa

Dalam pemasaran jasa terdapat tiga jenis pemasaran yaitu :

1. Pemasaran Eksternal
2. Pemasaran Internal
3. Pemasaran Interaktif

Faktor-faktor yang menjadi kunci sukses Pemasaran Jasa

Menurut Rambat Lupiyoadi (2001:7), observasi dan pengamatan yang dilakukan oleh pemain- pemain di sektor jasa mengemukakan lima langkah yang dapat dilakukan untuk meraih sukses di dunia jasa, yaitu :

1. Memperbaharui Jasa yang ditawarkan (*Renewing the service offering*).

⁹Yazid. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit Ekonisia, 2003.

2. Melokalisasi sistem Point of Service (*Localizing the point-of-service system*)
Availability is crucial, maksudnya adalah penggunaan jasa ini menjadi suatu hal yang penting karena jasa itu tidak bisa disimpan sehingga penggunaannya sebaiknya sesegera mungkin pada saat sedang dibutuhkan.
3. Menyelenggarakan kontrak layanan sebagai hambatan larinya konsumen (*Leveraging the service "contract"*)
4. Menggunakan kekuatan Informasi (*using information power strategically*)
5. Menentukan Nilai Strategis Jasa pada Konsumen (*Determining the strategic value of a service business*)
Nilai Strategis adalah sebuah fungsi dari desain strategi bisnis dan penilaian terhadap metodologi sehingga dapat menerangkan isu-isu tersebut diatas.¹⁰

Manajemen Perusahaan Jasa

Seiring dengan meningkatnya biaya perawatan, maka proses manajemen yang baik menjadi hal yang sangat penting di Rumah Sakit. Bennet mengatakan : "sebagai organisasi nirlaba Rumah Sakit perlu juga mempraktekkan prinsip-prinsip pemasaran dalam batasan-batasan sosial, tidak komersial dan dianggap sebagai peranan sekunder." Disamping itu masih ada komponen lainnya yang juga perlu mendapat perhatian yaitu :

1. Tarif
2. Pelayanan
3. Fasilitas kamar

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Penelitian yang akan dilakukan nanti hanya di analisis mengenai

¹⁰Rambat Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2001

faktor-faktor dominan atau yang berhubungan erat dan mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumen dalam melakukan pembelian jasa rumah sakit, faktor-faktor yang dianggap dominan tersebut adalah :

1. Tarif (X1), indicator pengukuran : tarif loket, tarif dokter, tarif kamar inap.
2. Pelayanan (X2), indicator pengukuran : pelayanan keamanan, pelayanan administrasi, pelayanan dokter, pelayanan perawat.
3. Fasilitas kamar (X3), indicator pengukuran : fasilitas kamar mandi, tempat tidur, ruang tunggu, kebersihan kamar, fasilitas hiburan. Ketiga faktor yang dianggap dominan diatas berfungsi sebagai variabel yang independen. Sedangkan kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit Kristen Mojowarno Jombang (Y) merupakan variabel dependen. Faktor-faktor tersebut nantinya akan diuji untuk mengetahui sampai seberapa erat hubungannya dengan kepuasan pasien dalam menggunakan jasa rumah sakit. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Tarif adalah sejauh mana uang yang harus dibayar oleh pasien untuk mendapatkan kondisi antara fasilitas dan pelayanan. Dalam penelitian ini tarif diukur menggunakan skala likert dengan klasifikasi skornya adalah : Sangat mahal = 1; Mahal = 2; Cukup = 3; Murah = 4; Sangat Murah = 5.
2. Pelayanan adalah suatu keadaan dimana seluruh karyawan rumah sakit memberikan pelayanan atau perhatian kepada pasien rawat inap. Dalam penelitian ini pelayanan ini diukur menggunakan skala likert dengan klasifikasi skornya adalah : Sangat Baik = 5; Baik = 4; Cukup Baik = 3; Kurang Baik = 2; Sangat tidak Baik = 1.

3. Fasilitas kamar rawat inap adalah segala sarana yang telah disediakan oleh pihak rumah sakit untuk pasien rawat inap, fasilitas ini meliputi : tempat tidur, kamar mandi, sarana listrik, sarana hiburan. Dalam penelitian ini fasilitas diukur menggunakan skala likert dengan klasifikasi skornya adalah : Sangat baik = 5; Baik = 4; Cukup Baik = 3; Kurang baik = 2; Sangat tidak Baik = 1.
4. Kepuasan pasien adalah suatu keadaan dimana kepuasan pasien merasa sudah tercapai keinginan atau harapan prestasi yang diberikan oleh rumah sakit. Dalam penelitian ini kepuasan pasien diukur menggunakan skala interval dengan klasifikasi skornya adalah : Sangat Puas = 5; Puas = 4; Cukup Puas = 3; Kurang puas = 2; Sangat tidak puas = 1.

a. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari sumber data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya melalui kuisioner yang kami sebarakan kepada pasien Rumah Sakit Kristen Mojowarno jombang sebagai responden. Dan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak Rumah Sakit Kristen Mojowarno Jombang berupa sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi, jenis-jenis pelayanan, tarif dan fasilitas yang tersedia.

b. Populasi, Sampel dan teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pasien yang menjalani rawat inap di Rumah sakit Kristen Mojowarno jombang periode bulan Agustus 2011 sampai bulan September 2011 dengan jumlah populasi sekitar 1000 orang. Untuk mengambil sampel dilakukan dengan teknik *Stratified random sampling* secara proposional yang dilakukan secara acak yaitu menurut Husaini

Usman (2003:183), berdasarkan strata atau tingkatan sehingga ada kemungkinan antara jumlah subyek pada strata tertentu terlalu kecil dan pada strata yang lain terlalu besar. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 10 % dari populasi (Arikunto,1996:120) yaitu : 100 orang pasien rawat inap dengan jumlah pembagian kelas sebagai berikut : kelas I jumlah populasi pasien sebanyak 200 orang maka yang diteliti 10 % dari populasi yaitu sebanyak 20 orang, kelas II jumlah populasi pasien sebanyak 300 orang maka yang diteliti 10 % dari populasi yaitu sebanyak 30 orang dan di kelas III jumlah populasi pasien sebanyak 500 orang maka yang diteliti 10 % dari populasi yaitu sebanyak 50 orang.

c. Instrumen Penelitian

Instrumen untuk mengumpulkan data adalah angket pertanyaan (kuesioner) dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

➤ Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan suatu uji validitas terhadap seluruh variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlation*) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid (Imam Ghazali, 2001:135).

➤ Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuisisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar

jawaban pertanyaan. Pengukuran ini menggunakan bantuan dari program SPSS 10.0 dengan uji statistic *cronbach alpha* >0,60 (Imam Ghazali, 2002:132).¹¹

d. Teknik pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang akurat, peneliti memakai teknik penelitian survey dengan membagikan kuisisioner kepada pasien rawat inap sebagai responden atau sumber data primer dalam penelitian ini. Sedangkan untuk data sekunder peneliti kumpulkan dari pihak Rumah Sakit Kristen Mojowarno Jombang untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan masalah yang hendak peneliti teliti.

e. Teknik Analisis Data

Teknik statistik yang digunakan adalah teknik analisis data non parametrik. Sesuai dengan tujuan penelitian maka teknik analisis dan uji statistik yang digunakan adalah uji chi kuadrat, yaitu menganalisis ada atau tidaknya hubungan antara tarif, pelayanan tim medis, serta fasilitas kamar dengan tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Rumah Sakit Kristen Mojowarno Jombang. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

1. Menyusun daftar frekuensi yang diamati karena merupakan dasar yang harus dianalisis sebelum langkah-langkah selanjutnya dapat diambil.
2. Dengan memakai daftar frekuensi yang diamati sebagai dasar, daftar frekuensi yang diharapkan dibentuk untuk dipakai rumus disebut "*joint probability*"

¹¹Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: penerbit Universitas Diponegoro, 2002.

Untuk mempermudah perhitungan itu maka dipakai rumus menurut Sudjana (1989:279)¹²

$$E_{ij} = \frac{n_{ij} \times n_{oj}}{n}$$

E_{ij} : Jumlah Frekuensi yang di harapkan

n_{ij} : Jumlah daripada Frekuensi yang diamati menurut baris

n_{oj} : Jumlah daripada Frekuensi yang diamati menurut kolom

n : menunjukkan besarnya sampel

3. Menghitung Chi Kuadrat

Formula untuk menghitung chi kuadrat (Sudjana, 1989:280) :

$$\text{Rumusnya : } \chi^2 = \sum_{j=1}^k \sum_{l=1}^B \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

O_{ij} : Jumlah Frekuensi yang diamati

E_{ij} : Jumlah frekuensi yang diharapkan

4. Rumusan hipotesis yang diajukan

Rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- Hipotesis nol (H_0) merupakan hipotesis yang menyatakan suatu hubungan anatar variabel yang definitive atau sama dengan nol atau secara umum dinyatakan bahwa tidak ada hubungan atau yang signifikan antar variabel yang di teliti.

H_0 : kedua faktor independen (bebas secara statistik)

- Hipotesis alternatif (H_a) merupakan lawan pernyataan dari format hipotesis nol yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antar variabel yang diteliti.

H_a : kedua faktor tidak independen (tidak bebas secara statistik)

5. Menentukan koefisien keseksamaan (*confidence coefisien*) dan menghitung derajat kebebasan (*degree of freedom*).

Dalam penelitian ditentukan : $\alpha = 0,05$ dan $dk = (k-1) (b-1)$ dimana $k =$ jumlah kolom dan $b =$ jumlah baris. Untuk mengikuti 2 perangkat kategori 1 disusun frekuensi-frekuensi dalam suatu table kontigensi sebagai berikut :

¹²Sudjana. *Metode statistik*. Bandung: Penerbit Tarsito, 1989.

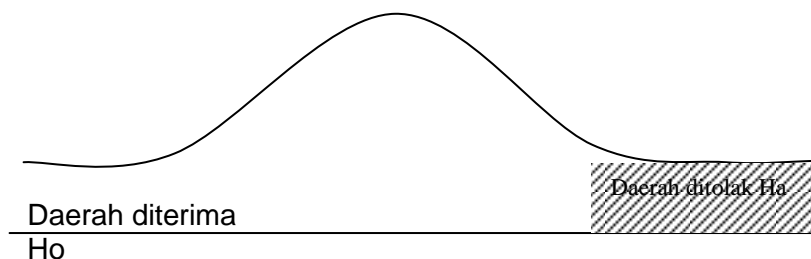
Tabel 1 Tabel Kontigensi

	A 1	A 2	Faktor 1	AK	Jumlah
Faktor					
11					
1	ⁿ 11	ⁿ 12	ⁿ IK	ⁿ 10
2	ⁿ 21	ⁿ 22	ⁿ 2K	ⁿ 20
.
.
.
B	ⁿ B1	ⁿ B2	ⁿ BK	ⁿ B0
jumlah	ⁿ 01	ⁿ 02	ⁿ 0K	n

Sumber : Sudjana, 1989. Metode Statistik, Penerbit Tarsito, Bandung, Hal. 279

Nij : kategori ke I dan faktor II dan kategori ke j faktor I
 B (baris) : Kategori untuk faktor II
 K (kolom) : kategori untuk faktor I

6. Penentuan daerah penerimaan dan penolakan, kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kurva Penerimaan dan Penolakan

Ho diterima jika x^2 hitung $\leq x^2$ tabel
 Ho ditolak jika nilai x^2 hitung $> x^2$ tabel

Jika ternyata terdapat hubungan antara faktor yang satu dengan yang lainnya dan untuk menentukan hubungan itu yang terjadi digunakan rumus kontigensi dengan formula Sudjana (1989:282)¹³

$$C = \sqrt{\frac{x^2}{x^2 + n}}$$

Agar nilai C yang diperoleh dapat dipakai untuk menilai keeratan hubungan antara 2 variabel, maka C

ini perlu dibandingkan dengan koefisien kontigensi maksimum dengan rumus Sudjana (1989:282)¹⁴

$$C_{maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

m = harga minimum antara baris dan kolom
 kuat atau lemahnya hubungan yang ada di antara faktor dapat dilihat dengan membandingkan C dengan C maksimum jika nilai C dan nilai C maksimum makin jauh maka semakin kuat hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain.

¹³Sudjana. *Metode statistik*. Bandung: Penerbit Tarsito, 1989.

¹⁴Sudjana. *Metode statistik*. Bandung: Penerbit Tarsito, 1989.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2002:135).

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r table untuk *degree of freedom* (df) = $n - k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df

dapat dihitung $100 - 4$ atau df 96 dengan α 0,05 di dapat r table sebesar 0,167. Jika r hitung (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected Item - Total Correlation*) lebih besar dari r table dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2002:135).

Berdasarkan pada hasil uji validitas dengan bantuan program SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut :

Analisis Validitas untuk variabel tarif (X_1)

Tabel 2 : Nilai Uji Validitas untuk Tarif (X_1)

Item	<i>Corrected item Total Correlation</i>	r tabel	Keterangan
1	0,4307	0,167	Valid
2	0,4688	0,167	Valid
3	0,5653	0,167	Valid
4	0,3379	0,167	valid

Sumber : data yang diolah

Dari tabel 2 dapat disimpulkan bahwa variabel tarif (X_1) yang terdiri dari 4 pertanyaan dan semua pertanyaan memiliki nilai korelasi lebih besar dari

0,167 maka dapat disimpulkan instrumentasi penelitian adalah valid.

Analisis validitas untuk variabel pelayanan (X_2)

Tabel 3 : Nilai Uji Validitas untuk pelayanan (X_2)

Item	<i>Corrected item Total Correlation</i>	r tabel	Keterangan
1	0,4789	0,167	Valid
2	0,3600	0,167	Valid
3	0,3879	0,167	Valid
4	0,3556	0,167	Valid
5	0,4574	0,167	Valid

Sumber : data yang diolah

Dari tabel 3 dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan (X_2) yang terdiri dari 5 pertanyaan dan semua pertanyaan memiliki nilai korelasi lebih besar dari 0,167 maka dapat

disimpulkan instrumentasi penelitian adalah valid.

Analisis validitas untuk variabel fasilitas (X_3)

Tabel 4 : Nilai Uji Validitas untuk Fasilitas (X₃)

Item	<i>Corrected item Total Correlation</i>	r _{tabel}	Keterangan
1	0,4922	0,167	Valid
2	0,4899	0,167	Valid
3	0,5703	0,167	Valid
4	0,4456	0,167	Valid
5	0,3429	0,167	Valid
6	0,6697	0,167	Valid

Sumber : data yang diolah

Dari tabel 4 dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas (X₃) yang terdiri dari 6 pertanyaan dan semua pertanyaan memiliki nilai korelasi lebih besar dari 0,167 maka dapat disimpulkan instrumentasi penelitian adalah valid.

Analisis validitas untuk variabel Kepuasan Pasien (Y)

Analisis validitas untuk variabel kepuasan pasien (Y) tidak menggunakan perhitungan pada program SPSS 10.0 maupun dengan perhitungan secara manual dengan alasan : (pertama) karena pada variabel ini hanya terdiri dari atas satu pertanyaan saja sehingga tidak dapat dibandingkan dengan item yang lain; (kedua) setelah dihitung secara manual tidak dapat di ketahui

hasilnya. Oleh karena itu item kuesioner untuk variabel Kepuasan Pasien (Y) dianggap valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali,2002:132). Suatu variabel atau konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha >0,60. Berdasarkan pada hasil uji reliabilitas dengan bantuan program SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5 : Nilai Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
X ₁	0,6429	0,6	Reliabel
X ₂	0,6539	0,6	Reliabel
X ₃	0,7563	0,6	Reliabel

Sumber : Lampiran

Dari hasil uji reliabilitas dapat diketahui bahwa nilai koefisien alpha untuk seluruh variabel adalah lebih besar diatas 0,6. Hal ini berarti hasil jawaban responden pada seluruh variabel X bernilai reliabel sedangkan untuk variabel Y dianggap reliabel.

Diskripsi Hasil Penelitian

Hasil penelitian melalui kuesioner yang disebar pada 100 orang responden yang terdiri atas pasien yang menjalani rawat inap.

Selanjutnya berdasarkan hasil jawaban tersebut dibuat suatu rekap jawaban yang terdiri sebagai berikut :

a. Jawaban responden tentang tariff atas item tarif sebagai berikut :

Sangat murah	= 9
Murah	= 22
Cukup	= 69
Mahal	= 0
Sangat Mahal	= 0

Hasil rekap masing-masing jawaban dikategorikan dalam masing-masing kelas dengan cara sebagai berikut :

- Menentukan range = nilai tertinggi
- nilai terendah
= 5 - 1
= 4
- Jumlah kelas

$$Interval = \frac{Range}{Kelas} = \frac{4}{5} = 0,8$$

Rekapitulasi jawaban responden untuk masing-masing kategori sebagai berikut :

Tabel 6 Jawaban Responden tentang Tarif

No	Kategori Skor	Frekuensi (orang)
1	Sangat Murah (1- 1,8)	9
2	Murah (1,9 – 2,7)	22
3	Cukup (2,8 – 3,6)	69
4	Mahal (3,7 – 4,5)	0
5	Sangat Mahal (4,6 – 5,4)	0
	Total	100

Sumber : Hasil Kuesioner (diolah)

Dari tabel 6 terbukti bahwa responden terbanyak menyatakan pendapat tentang tariff yang ditetapkan oleh pihak Rumah Sakit Kristen Mojowarno termasuk dalam kategori cukup, hal ini terbukti menjawab dalam kategori nilai cukup sebanyak 69 orang dari total responden 100 orang.

b. Jawaban responden tentang pelayanan atas item pelayanan sebagai berikut :

- Sangat baik = 3
- Baik = 73
- Cukup baik = 24
- Kurang baik = 0
- Sangat tidak baik = 0

Tabel 7 Jawaban Responden tentang Pelayanan

No	Kategori skor	Frekuensi (orang)
1	Sangat baik (1 – 1,8)	3
2	Baik (1,9 – 2,7)	73
3	Cukup baik (2,8 – 3,6)	24
4	Kurang baik (3,7 – 4,5)	0
5	Sangat tidak baik (4,6 – 5,4)	0

Sumber : Hasil Kuesioner (diolah)

Dari tabel 7 terbukti bahwa responden terbanyak menyatakan pendapat tentang pelayanan yang diberikan oleh pihak Rumah Sakit Kristen Mojowarno termasuk dalam kategori baik, hal ini terbukti dari responden yang menjawab dalam kategori nilai sebanyak 73 orang dari total responden 100 orang.

c. Jawaban responden tentang fasilitas kamar atas item fasilitas kamar sebagai berikut :

- Sangat baik = 5
- Baik = 61
- Cukup baik = 33
- Kurang baik = 1
- Sangat tidak baik = 0

Tabel 8 Jawaban Responden tentang Fasilitas Kamar

No	Kategori Skor	Frekuensi (orang)
1	Sangat baik (1 – 1,8)	5
2	Baik (1,9 – 2,7)	61
3	Cukup baik (2,8 - 3,6)	33
4	Kurang baik (3,7 – 4,5)	1
5	Sangat tidak baik (4,6 – 5,4)	0
	Total	100

Sumber : Hasil Kuesioner (diolah)

Dari hasil tabel 8 terbukti bahwa responden terbanyak menyatakan pendapat tentang fasilitas yang diberikan oleh pihak Rumah Sakit Kristen Mojowarno termasuk dalam kategori baik, hal ini terbukti dari responden yang menjawab bahwa fasilitas yang ditetapkan baik sebanyak 61 orang dari total responden 100 orang.

- d. Jawaban responden tentang tingkat kepuasan atas item tingkat kepuasan sebagai berikut :
- Sangat puas = 6
 - Puas = 73
 - Cukup puas = 21
 - Kurang puas = 0
 - Sangat tidak puas = 0

Tabel 9 Jawaban Responden tentang Tingkat Kepuasan

No	Kategori Skor	Frekuensi (orang)
1	Sangat puas (1 – 1,8)	6
2	Puas (1,9 – 2,7)	73
3	Cukup puas (2,8 – 3,6)	21
4	Kurang puas (3,7 – 4,5)	0
5	Sangat tidak puas (4,6 – 5,4)	0
	Total	100

Sumber : Hasil Kuesioner (diolah)

Dari tabel 9 terbukti bahwa responden terbanyak menyatakan pendapat tentang tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pasien terhadap pihak Rumah Sakit Kristen Mojowarno termasuk dalam kategori puas, hal ini terbukti dari responden yang menjawab dalam kategori puas sebanyak 73 orang dari total responden 100 orang.

Analisis dan Pengujian Hipotesis Analisis Hubungan Tarif dengan Kepuasan Pasien Rawat Inap

Sesuai dengan hasil jawaban responden dalam penelitian maka dengan ini dapat dianalisis hubungan tariff dengan kepuasan pasien rawat inap, yang ditabulasikan dalam tabel 3.9 di bawah ini :

Tabel 10. Rekapitulasi nilai Tarif dengan Kepuasan Pasien Rawat Inap

Tarif (X ₁)	Kepuasan Konsumen (Y)			Total
	Cukup puas	Puas	Sangat puas	
Sangat Murah	0	4	5	9
Murah	4	17	1	22
Cukup	17	52	0	69
Total	21	73	6	100

Sumber : Hasil Kuesioner (diolah)

Tabel 11 Tarif dengan Kepuasan Pasien

Tarif (X ₁)	Kepuasan Konsumen (Y)			Total
	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas	
Sangat Murah	0 1,9	4 6,6	5 0,5	9 9,0
Murah	4 4,6	17 16,1	1 1,3	22 22,0
Cukup	17 14,5	52 50,4	0 4,1	69 69,0
Total	21 21,0	73 73,0	6 6,0	100 100,0

Sumber : Data Primer (diolah)

Besarnya frekuensi harapan dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{array}{lll} \text{f.1.1} = \frac{21 \times 9}{100} = 1,9 & \text{f.2.1} = \frac{21 \times 22}{100} = 4,6 & \text{f.3.1} = \frac{21 \times 69}{100} = 14,5 \\ \text{f.1.2} = \frac{73 \times 9}{100} = 6,6 & \text{f.2.2} = \frac{73 \times 22}{100} = 16,1 & \text{f.3.2} = \frac{73 \times 69}{100} = 50,4 \\ \text{f.1.3} = \frac{6 \times 9}{100} = 0,5 & \text{f.2.3} = \frac{6 \times 22}{100} = 1,3 & \text{f.3.3} = \frac{6 \times 69}{100} = 4,1 \end{array}$$

untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara tariff dengan kepuasan pasien maka dilakukan pengujian hipotesis dengan prosedur sebagai berikut :

a. Rumusan Hipotesis

Ho : Tidak adanya hubungan yang signifikan antara tariff dengan kepuasan pasien rawat inap di Rumah Sakit Mojowarno.

Ha : Ada hubungan yang signifikan antara tariff dengan kepuasan pasien Rawat Inap di Rumah sakit Kristen Mojowarno.

b. Mencari X^2 tabel

$$dk = (k-1)(b-1)$$

$$dk = (3-1)(3-1) = 4\alpha$$

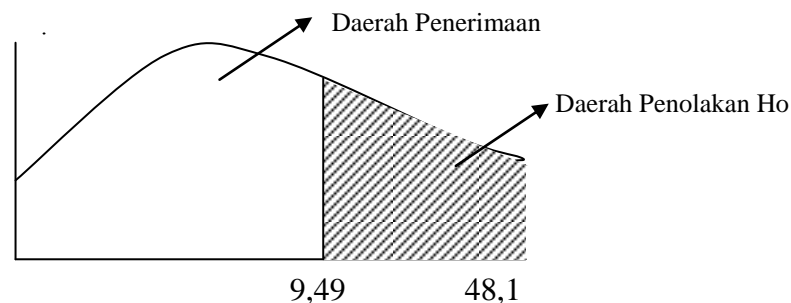
$$\alpha = 0,05$$

$$X^2 \text{ tabel} = 9,49$$

c. Perhitungan

$$\begin{aligned} X^2 &= \frac{(0-1,9)^2}{1,9} + \frac{(4-6,6)^2}{6,6} + \frac{(5-0,5)^2}{0,5} + \frac{(4-4,6)^2}{4,6} + \frac{(17-16,1)^2}{16,1} \\ &\quad + \frac{(1-1,3)^2}{1,3} + \frac{(17-14,5)^2}{14,5} + \frac{(52-50,4)^2}{50,4} + \frac{(0-4,1)^2}{4,1} \\ &= 1,9+1,02+40,5+0,07+0,05+0,07+0,43+0,05+4,1 \\ &= 48,19 \end{aligned}$$

d. Kriteria pengujian



Gambar 2 Kurva Tarif

Karena X^2 hitung (48,19) > dari X^2 tabel diterima (9,49) maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara tariff dengan kepuasan pasien. Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara kedua factor tersebut maka dipakai rumus kontingensi.

$$C = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + n}}$$

$$\begin{aligned} &= \sqrt{\frac{48,19}{48,19+100}} \\ &= \sqrt{0,3251} \\ &= 0,570 \end{aligned}$$

Artinya : nilai koefisien kontingensi variabel tarif sebesar 0,570

Sebagai perbandingan dihitung harga C maks dengan nilai harga $m = 4$, nilai 4 diperoleh dari nilai minimum antara banyak kolom dan baris dikurangi dengan 1.

$$C_{maks} = \sqrt{\frac{4-1}{4}}$$

$$= \sqrt{0,75}$$

$$= 0,866$$

Artinya : derajat keeratan (korelasi) antara variabel tariff dengan kepuasan pasien sebesar 0,866.

Analisis Hubungan antara Pelayanan dengan Kepuasan Pasien

Sesuai dengan hasil jawaban responden maka dapat dianalisis hubungan pelayanan dengan kepuasan pasien rawat inap, yang ditabulasikan dalam tabel di bawah ini :

Tabel 12 Rekapitulasi nilai antara Pelayanan dengan Kepuasan Pasien Rawat Inap

Pelayanan (X ²)	Kepuasan Konsumen (Y)			Total
	Cukup puas	Puas	Sangat Puas	
Cukup baik	10	13	1	24
Baik	10	60	3	73
Sangat Baik	1	0	2	3
Total	21	73	6	100

Sumber : Hasil Kuesioner (diolah)

Tabel 13 Pelayanan dengan Kepuasan Pasien Rawat Inap

Pelayanan (X ²)	Kepuasan Konsumen (Y)			Total
	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas	
Cukup baik	10 5,0	13 17,5	1 1,4	24 24,0
Baik	10 15,3	60 53,3	3 4,4	73 73,0
Sangat Baik	1 0,6	0 2,2	2 0,2	3 3,0
Total	21 21,0	73 73,0	6 6,0	100 100

Sumber : Hasil Kuesioner (diolah)

Besarnya frekuensi harapan dapat dihitung sebagai berikut :

$$e.1.1 = \frac{21 \times 24}{100} = 5,0$$

$$e.2.1 = \frac{21 \times 73}{100} = 15,3$$

$$e.3.1 = \frac{21 \times 3}{100} = 0,6$$

$$e.1.2 = \frac{73 \times 24}{100} = 17,5$$

$$e.2.2 = \frac{73 \times 73}{100} = 53,3$$

$$e.3.2 = \frac{73 \times 3}{100} = 2,2$$

$$e.1.3 = \frac{6 \times 24}{100} = 1,4$$

$$e.2.3 = \frac{6 \times 73}{100} = 4,4$$

$$e.3.3 = \frac{6 \times 3}{100} = 0,2$$

untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara pelayanan dengan kepuasan pasien, dilakukan pengujian dengan prosedur.

Rumusan Hipotesis

Ho : Tidak adanya hubungan yang signifikan antara pelayanan dengan kepuasan pasien.

b. Perhitungan X²

Ha : Ada hubungan yang signifikan antara pelayanan dengan kepuasan pasien.

a. Mencari X² tabel

$$dk = (k-1)(b-1)$$

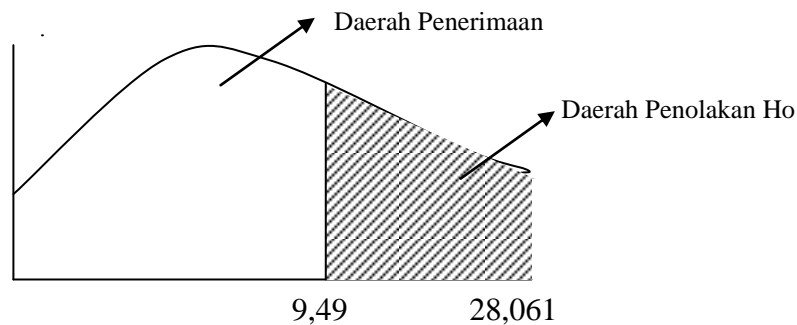
$$dk = (3-1)(3-1) = 4\alpha$$

$$\alpha = 0,05$$

$$X^2 \text{ tabel} = 9,49$$

$$\begin{aligned}
X^2 &= \frac{(10-5,0)^2}{5,0} + \frac{(13-17,5)^2}{17,5} + \frac{(1-1,4)^2}{1,4} + \frac{(10-15,3)^2}{15,3} + \frac{(60-53,3)^2}{53,3} + \\
&\frac{(3-4,4)^2}{4,4} + \frac{(1-0,6)^2}{0,6} + \frac{(0-2,2)^2}{2,2} + \frac{(2-0,2)^2}{0,2} \\
&= 5 + 1,157 + 0,114 + 1,842 + 0,445 + 0,267 + 2,2 + 16,2 \\
&= 28,061
\end{aligned}$$

d. Kriteria Pengujian



Gambar 3.2 Kurva Pelayanan

Karena X^2 hitung (28,061) > dari X^2 tabel diterima (9,49) maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat hubungan yang signifikan antara pelayanan dengan kepuasan pasien. Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara kedua faktor tersebut maka dipakai rumus kontingensi.

$$\begin{aligned}
C &= \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + n}} \\
&= \sqrt{\frac{28,061}{28,061 + 100}} \\
&= \sqrt{0,219} \\
&= 0,468
\end{aligned}$$

Artinya : Nilai koefisien kontingensi variabel pelayanan sebesar 0,468 sebagai perbandingan dihitung harga C maks dengan nilai harga $m = 4$

$$\begin{aligned}
C_{maks} &= \sqrt{\frac{4-1}{4}} \\
&= \sqrt{0,75} \\
&= 0,866
\end{aligned}$$

Artinya : Derajat keeratan (korelasi) antara variabel pelayanan dengan kepuasan pasien sebesar 0,866.

Analisis Hubungan Fasilitas Kamar dengan Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Kristen Mojowarno

Sesuai dengan hasil jawaban responden maka dengan ini dapat dianalisis hubungan fasilitas kamar dengan kepuasan pasien rawat inap yang ditabulasikan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 14 Rekapitulasi nilai antara Fasilitas Kamar dengan Kepuasan Pasien Rawat Inap

Fasilitas Kamar (X ₃)	Kepuasan Konsumen (Y)			Total
	Cukup puas	Puas	Sangat Puas	
Kurang Baik	0	1	0	1
Cukup Baik	11	21	1	33
Baik	10	48	3	61
Sangat Baik	0	3	2	5
Total	21	73	6	100

Sumber : Hasil Kuesioner (diolah)

Tabel 15 Fasilitas Kamar dengan Kepuasan Pasien Rawat Inap

Pelayanan (X ₃)	Kepuasan Konsumen (Y)			Total
	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas	
Kurang baik	10 5,0	13 17,5	13 1,4	24 24,0
Cukup Baik	10 15,3	60 53,3	3 4,4	73 73,0
Baik	1 0,6	0 2,2	2 0,2	3 3,0
Sangat Baik	0 1,1	3 3,7	2 0,3	5 5,0
Total	21 21,0	73 73,0	6 6,0	100 100

Sumber : Data Primer (diolah)

Besarnya frekuensi harapan dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 e.1.1 &= \frac{21 \times 1}{100} = 0,2 & e.2.1 &= \frac{21 \times 33}{100} = 6,9 & e.3.1 &= \frac{21 \times 61}{100} = 12,8 \\
 e.1.2 &= \frac{73 \times 1}{100} = 0,7 & e.2.2 &= \frac{73 \times 33}{100} = 24,1 & e.3.2 &= \frac{73 \times 61}{100} = 44,5 \\
 e.1.3 &= \frac{6 \times 1}{100} = 0,1 & e.2.3 &= \frac{6 \times 33}{100} = 2,0 & e.3.3 &= \frac{6 \times 61}{100} = 0,7 \\
 e.4.1 &= \frac{21 \times 5}{100} = 1,1 & e.4.2 &= \frac{73 \times 5}{100} = 3,7 & e.4.3 &= \frac{6 \times 5}{100} = 0,3
 \end{aligned}$$

untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara fasilitas dan kepuasan pasien rawat inap, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan prosedur sebagai berikut :

a. Rumusan Hipotesis

Ho : Tidak adanya hubungan yang signifikan antara fasilitas kamar dengan kepuasan Pasien

c. Perhitungan X²

$$X^2 = \frac{(0-0,2)^2}{0,2} + \frac{(1-0,7)^2}{0,7} + \frac{(0-0,1)^2}{0,1} + \frac{(11-6,9)^2}{6,9} + \frac{(21-24,1)^2}{24,1} + \dots$$

Ha : Ada hubungan yang signifikan antara fasilitas kamar dengan kepuasan pasien.

b. Mencari X² tabel

$$\begin{aligned}
 'dk &= (k-1) (b-1) \\
 'dk &= (3-1) (4-1) = 6\alpha \\
 '\alpha &= 0,05 \\
 X^2 \text{ tabel} &= 12,59
 \end{aligned}$$

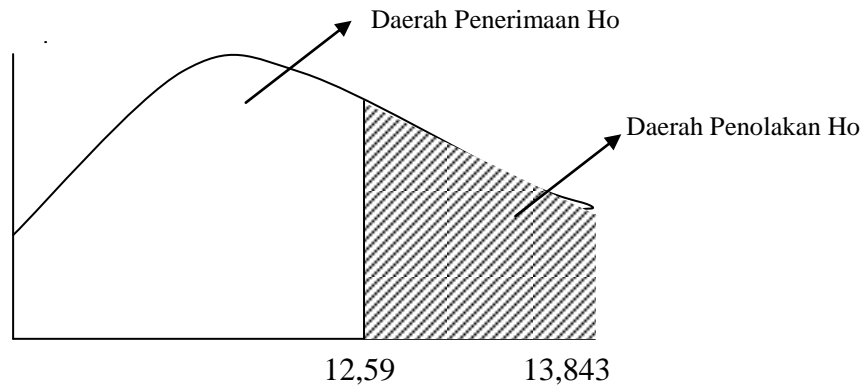
$$\frac{(1-2,0)^2}{2,0} + \frac{(10-12,8)^2}{12,8} + \frac{(48-44,5)^2}{44,5} + \frac{(3-3,7)^2}{3,7} + \frac{(0-1,0)^2}{1,0}$$

$$+ \frac{(3-3,7)^2}{3,7} + \frac{(2-0,3)^2}{0,3}$$

$$= 0,2 + 0,128 + 0,1 + 2,436 + 0,398 + 0,5 + 0,612 + 0,275 + 0,132 + 1 + 0,132 + 7,93$$

$$= 13,843$$

d. Kriteria Pengujian



Gambar 3.3 Kurva Fasilitas Kamar

Karena X^2 hitung (13,843) > dari X^2 tabel diterima (12,59) maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat hubungan yang signifikan antara fasilitas kamar dengan kepuasan pasien. Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara kedua factor tersebut maka dipakai rumus kontingensi.

$$C = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + n}}$$

$$= \sqrt{\frac{13,843}{13,843 + 100}}$$

$$= \sqrt{0,121}$$

$$= 0,348$$

Artinya : nilai koefisien kontingensi variabel fasilitas sebesar 0,348 Sebagai perbandingan dihitung harga C maks dengan nilai harga $m = 4$

$$C_{maks} = \sqrt{\frac{4-1}{4}}$$

$$= \sqrt{0,75}$$

$$= 0,866$$

Artinya : derajat keeratan (korelasi) antara variabel fasilitas dengan kepuasan pasien sebesar 0,866.

Tabel 16. Perbandingan Koefisien Kontingensi dengan Koefisien Kontingensi Maksimum

Variabel	Nilai Chi Square	Koefisien C	C maks	Selisih	Urutan
Tarif	48,19	0,507	0,866	0,359	1
Pelayanan	28,061	0,468	0,866	0,398	2
Fasilitas	13,843	0,348	0,866	0,518	3

Dari tabel 16 dapat disimpulkan : variabel yang mempunyai hubungan yang paling dominan dengan tingkat kepuasan pasien rawat inap di Rumah

Sakit Kristen Mojowarno adalah tariff dengan nilai Chi square sebesar 48,19 dan koefisien C sebesar 0,507. Untuk variabel pelayanan mempunyai

hubungan yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pasien dengan nilai chi square sebesar 28,061 dan nilai koefisien C sebesar 0,468. Demikian pula untuk variabel fasilitas juga mempunyai hubungan yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pasien dengan nilai chi square sebesar 13,843 dan nilai koefisien C sebesar 0,348. Dari ketiga hipotesis yang diajukan ternyata terbukti semua kebenarannya.

Pembahasan

a. Tarif

Dalam hal tarif para pasien sangat memperlmasalahkan karena dengan tarif yang bisa dibilang cukup mahal harus ditunjang juga dengan pelayanan yang dapat memuaskan para pasien. Jadi tariff mempunyai hubungan yang signifikan dengan tingkat kepuasan pasien rawat inap di Rumah Sakit Kristen Mojowarno.

b. Pelayanan

Pelayanan memegang peranan penting dalam kemajuan suatu Rumah Sakit, pelayanan dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu pelayanan medis dan pelayanan non medis. Dengan keberadaan mereka yang ramah dan perhatian kepada pasien dan keluarga, maka pasien akan puas akan kembali menggunakan jasa rumah sakit kalau membutuhkan. Jadi pelayanan mempunyai hubungan yang signifikan dengan tingkat kepuasan pasien rawat inap di Rumah Sakit Kristen Mojowarno.

c. Fasilitas

Pelayanan juga harus ditunjang dengan keberadaan fasilitas yang ada di rumah sakit, sehingga pasien dan keluarga akan nyaman seakan berada di rumah sendiri, fasilitas ini meliputi keberadaan kamar mandi, kebersihan kamar dan lingkungan, fasilitas hiburan bagi penunggu dan masih banyak yang lainnya. Dari hasil penelitian dan perhitungan data, fasilitas juga mempunyai hubungan yang

signifikan dengan tingkat kepuasan pasien rawat inap di Rumah Sakit Kristen Mojowarno.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa nilai X^2 hitung setiap variabel yaitu :

- Variabel tariff sebesar 48,19 lebih besar dari nilai X^2 tabel (9,49) pada taraf signifikansi 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti variabel tariff mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pasien dengan nilai koefisien C sebesar 0,507 dan nilai C maksimum sebesar 0,866.
- Untuk variabel pelayanan sebesar 28,061 lebih besar dari nilai X^2 tabel (9,49) pada taraf signifikansi 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti variabel pelayanan mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pasien dengan nilai koefisien C sebesar 0,468 dan nilai C maksimum sebesar 0,866.
- Variabel fasilitas sebesar 13,843 juga mempunyai nilai X^2 hitung lebih besar dari nilai X^2 tabel (9,49) pada taraf signifikansi 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel fasilitas juga mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pasien dengan nilai koefisien C sebesar 0,348 dan nilai C maksimum sebesar 0,866. Setelah dibandingkan dengan nilai C maksimum sebesar 0,866 maka didapatkan nilai selisih terkecil pada variabel tariff sebesar 0,359 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tariff mempunyai hubungan yang paling dominan terhadap kepuasan pasien rawat inap di Rumah Sakit Kristen Mojowarno Jombang.

Saran

- Rumah Sakit ini adalah lembaga swadana murni, dengan demikian kelangsungan hidupnya sangat

tergantung dari hasil penjualan jasa yang dihasilkannya. Dengan keberadaan yang seperti ini, sebaiknya diingatkan kembali kepada semua karyawan, bahwa gaji yang diterima setiap bulan berasal dari pasien yang dilayaninya, dengan demikian mereka akan melayani dengan sungguh-sungguh dan tentunya pasien akan puas serta motto Rumah Sakit Kristen Mojowarno Jombang yang berbunyi : Pangandemu kang mitulungi kowe (Iman mu yang menyelamatkan engkau) bisa terwujud.

2. Diperlukan komunikasi atau koordinasi antar pegawai baik atasan pada bawahan atau bawahan kepada atasan sehingga suasana kerja yang nyaman dapat terwujud.

DAFTAR PUSTAKA

Publikasi buku :

- Fandy Tjiptono, 1977, . *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi,
- F. Engel, James, 1994 . *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara,
- Fride and Ferrel, 1995. *Pemasaran Teori dan Praktek sehari-hari*. Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara,
- Imam Ghozali, 2002. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: penerbit Universitas Diponegoro,
- Rambat Lupiyoadi, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat,
- Sudjana, 1989, *Metode statistik*. Bandung: Penerbit Tarsito.
- Suharsimi Arikunto, 2002, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi: Revisi 5. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta, 2002.
- Yazid, 2003, *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit Ekonisia,

Artikel dalam buku yang di edit orang lain :

- Kotler, Philip, 1987. *Dasar-dasar Pemasaran (Terjemahan)*. Jakarta: Penerbit Intermedia,
- Manajemen Pemasaran. *Analisis, 1991, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian(Terjemahan)*. Jakarta: Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 1991.
- Manajemen Pemasaran, 1993, . *Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian(Terjemahan)*. Jakarta: Penerbit Fakultas ekonomi UI.
- Hendra Teguh, SE, Ak. Dan Ronny A.Rusli (Penterjemah), 1997, *Manajemen Pemasaran. Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit PT. Prehallindo,
- And Gary, 1970. *Dasar-dasar Pemasaran Principles of Marketing* 7eJakarta: Penerbit PT. Prehallindo,