
ANALISIS DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA LABORATORIUM PARAHITA DIAGNOSTIC CENTER CABANG JEMBER

Akhmad Suharto¹

Abstract

The problem in this study was motivated by complaints from customers for services received by the customer, which should not happen considering the complaint that the motto of Parahita lab is to provide services with a vengeance. While competition in the field of health services increasingly stringent, making it mandatory for Parahita Laboratory to continue to improve services. Because if standing companies offering the same services, customers still rely on the Health Parahita Laboratory Diagnostic Center Jember Branch.

The problem in this research is to measure how much the level of customer satisfaction of each variable intangibles / tangibles, reliability, responsiveness, empathy and assurance. And to determine which variables are the dominant influence on customer satisfaction Parahita Laboratory Diagnostic Center Jember Branch.

Population of this study is that all customers who check in Parahita Laboratory Diagnostic Center Branch in Jember for 1 month starting on 20 December 2012 until 20 January 2013. The samples in this study with purposive sampling with criteria (1) The customer has to check the DC Parahita Laboratory Jember branch over 2kali. (2) Customers who can provide information or be able to communicate.

The results of this study are known (1) that the calculated F is greater than F table ($22.552 > 2.3861$) so it can be concluded simultaneously all independent variables affect the dependent variable. (2) that t variable intangibles (2,122), reliability (2.271), responsiveness (2,186), empathy (7.648), collateral (2,794), greater than t table (2.0211) that proved to significantly affect customer satisfaction . (3) variable empathy dominant influence on customer satisfaction.

Keywords: *service quality, customer satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Sekarang ini bisnis di bidang pelayanan jasa mengalami pertumbuhan yang semakin cepat terbukti rata-rata mengalami peningkatan sebesar 25% pertahun mulai dari sector pendidikan, kesehatan, hingga transportasi. Semakin banyak ragam jasa yang ditawarkan pada pelanggan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Sifat

¹ Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

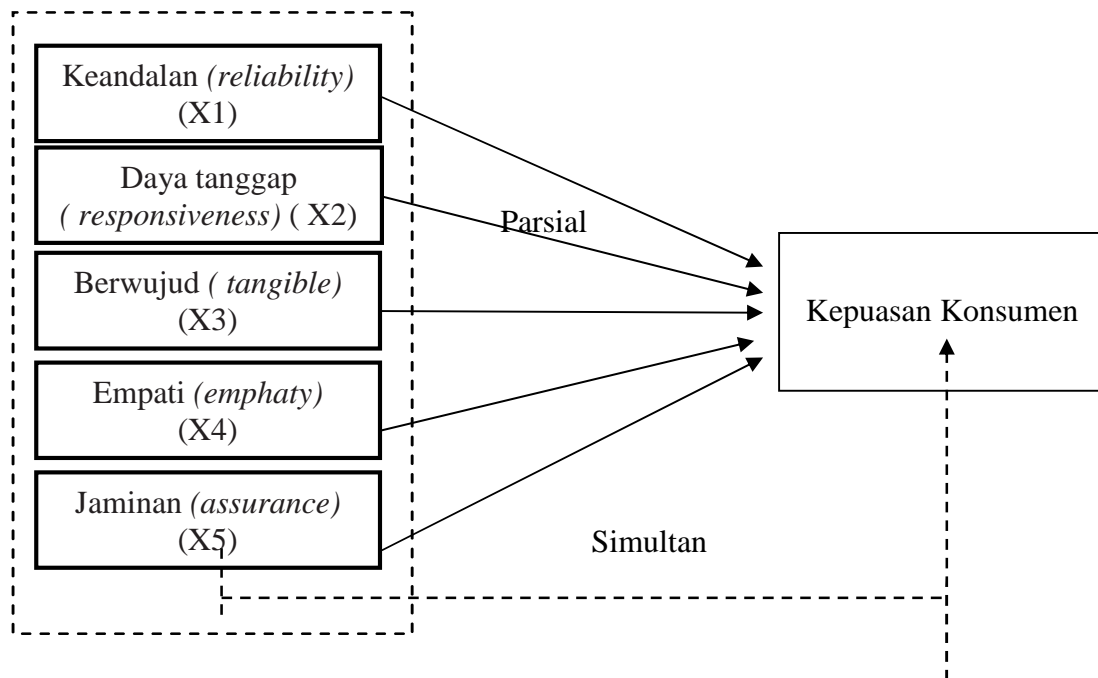
perusahaan yang menghasilkan jasa ialah bahwa jasa itu tidak dapat ditimbun, atau ditumpuk dalam gudang, seperti barang-barang lainnya, sambil menggunakan penjualan.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan tuntutan akan pelayanan kesehatan, dalam bidang laboratorium khususnya. Maka PARAHITA Diagnostic Center cabang Jember sebagai salah satu sub system pelayanan kesehatan dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan.

Laboratorium PARAHITA adalah laboratorium klinik swasta bertaraf utama yang bergerak di bidang jasa kesehatan. Dimana untuk terakreditasi menjadi Laboratorium bertaraf utama harus memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan yaitu memiliki bangunan dengan fasilitas yang memadai, peralatan yang canggih, perlengkapan keselamatan dan keamanan laboratorium, mampu melakukan pemeriksaan hematologi, urinalisis, tinja, hemostasis, kimia klinik, imunologi, sampai dengan mikrobiologi. Dan dalam bidang ketenagaan harus ada penanggung jawab teknis dan tenaga teknis minimal 6 orang untuk tenaga analis kesehatan dan 2 diantaranya memiliki sertifikat pelatihan mikrobiologi.

PARAHITA Cabang Jember merupakan laboratorium rujukan bagi seluruh laboratorium pratama maupun Rumah Sakit Negeri dan Swasta area Jember, Besuki, Situbondo, Dan Banyuwangi. PARAHITA sudah memiliki system pelayanan yang sudah sesuai dengan ISO 9001:2008. Laboratorium PARAHITA selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik demi kepuasan pelanggan, akan tetapi terkadang masih ada saja keluhan dari pelanggan, dimana pelanggan yang kita bidik memang kalangan menengah ke atas dengan kesibukan yang luar biasa, sehingga sering mengeluh jika masih harus menunggu, dan juga berharap mendapat pelayanan yang memuaskan. Dan keluhan yang ada paling sering terjadi karena human error. Jika masalah atau keluhan ini terus terjadi ditakutkan pelanggan PARAHITA tidak lagi loyal dan tidak menutup kemungkinan jika ada perusahaan (kompetitor) sebesar PARAHITA, maka pelanggan bisa berpindah ke perusahaan kompetitor. Dan mengantisipasi rencana pemerintah yang di tahun 2014 mengikutsertakan seluruh rakyat Indonesia asuransi, sehingga mendapatkan fasilitas kesehatan secara gratis. Berdasarkan uraian diatas, maka perlu dilakukan penelitian tentang **“ANALISIS DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA LABORATORIUM PARAHITA DIAGNOSTIC CENTER CABANG JEMBER”**. Berdasarkan dari latar belakang tersebut di atas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut: 1) apakah kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*emphaty*), dan jaminan (*assurance*) berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Laboratorium PARAHITA Diagnostic Center cabang Jember, 2) Manakah dari 5 Variabel tersebut yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan di Laboratorium PARAHITA Diagnostic Center cabang Jember.

2. PENGEMBANGAN HIPOTESIS



Hipotesis dalam penelitian, dirumuskan sebagai berikut :

1. Diduga dimensi kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*emphaty*), dan jaminan (*assurance*) berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pasien pada Laboratorium PARAHITA Diagnostic Center cabang Jember.
2. Diduga variabel empati (*emphaty*) berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan pasien di Laboratorium PARAHITA Diagnostic Center cabang Jember.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Variabel Bebas (X):

a. Berwujud (*tangible*) (X1)

Adalah penampilan dan tersedianya sarana dan prasarana fisik Laboratorium PARAHITA DC cabang Jember yang dapat diandalkan. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tangible dalam penelitian ini adalah:

- Kenyamanan ruang tunggu pelanggan
- Kebersihan kamar mandi
- Kerapian petugas

b. Keandalan (*reliability*) (X2)

Adalah Kemampuan Laboratorium PARAHITA DC cabang Jember untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Sesuai dengan motto yang dimiliki memberikan pelayanan sepenuh hati, indikator yang digunakan untuk mengukur reliability dalam penelitian ini adalah:

- Kualitas (akurasi) hasil pemeriksaan
- Ketrampilan perawat dalam mengambil darah
- Menggunakan sistem barcoding untuk pelabelan sampel

- c. Tanggap (*responsiveness*) (X3)
Respon atau kesigapan petugas dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, indikatornya adalah:
- Kecepatan petugas customer service dalam melayani pelanggan
 - Petugas medis (perawat dan radiographer) cepat dan tepat dalam melayani pelanggan
 - Kecepatan dalam mengani keluhan pelanggan
- d. Empati (*emphaty*) (X4)
Perhatian secara individual yang diberikan karyawan Laboratorium PARAHITA DC cabang Jember kepada pelanggan serta memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan, indikatornya adalah:
- Keramahan petugas pelayanan (Satpam, doorman, customer service, perawat, radiographer, dokter konsultan)
 - Kesabaran perawat terutama menghadapi pelanggan anak-anak/pelanggan yang takut diambil darah
 - Pemahaman karyawan terhadap kebutuhan pelanggan.
- e. Jaminan (*assurance*) (X5)
Kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap perusahaan secara tepat, berkualitas dan ramah dalam memberikan informasi serta kemampuan memberikan keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap Laboratorium PARAHITA DC cabang Jember, indikatornya adalah:
- Jaminan akan kerahasiaan hasil pemeriksaan pelanggan
 - Alat yang selalu terukur sehingga hasil akurat
 - Alat yang digunakan bersih dan steril

Variabel Terikat (Y) Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk yang ia rasakan di banding yang di harapkan pelanggan terhadap Laboratorium PARAHITA DC cabang Jember. Umumnya harapan pelanggan merupakan pemikiran atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang/jasa). Sedangkan kinerja yang disampaikan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah merasakan pelayanan yang diberikan, indikatornya adalah:

- Kesesuaian pelayanan dengan harapan
- Hasil yang tepat dan akurat
- Perilaku pelanggan setelah merasakan pelayanan yang diberikan

3.2 Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini diambil sebanyak 60 responden, karena jumlah variabel yang diteliti adalah sebanyak 5 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Kriteria sampel: Pasien dengan jumlah kedatangan lebih dari 2x.

3.3. Metode Analisa Data

Metode Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Validitas

Dari Uji Instrumen Validitas diketahui bahwa korelasi antara skor total dan skor pertanyaan secara keseluruhan menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Uji Instrumen Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian nilai *cronbach alpha* dapat diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai alpha di atas 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini adalah reliabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.772	1.211		1.463	.149		
	Berwujud	.126	.221	.151	2.122	.021	.385	2.734
	Keandalan	.281	.240	.315	2.271	.011	.373	2.035
	Tanggap	.208	.111	.249	2.186	.017	.338	2.961
	Empati	.600	.078	.696	7.648	.000	.725	1.380
	Jaminan	.331	.118	.410	2.794	.007	.278	3.591

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Berdasarkan tabel tersebut dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda dengan menggunakan nilai b, seperti tersaji berikut :

$$Y = 1,772 + 0,126X_1 + 0,281X_2 + 0,208X_3 + 0,600X_4 + 0,331X_5 + e$$

Model persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa konstanta regresi adalah sebesar 1,772. Nilai tersebut merupakan nilai konstan yang mempunyai arti besarnya kepuasan konsumen jika berwujud (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), empati (X_4), dan jaminan (X_5) sama dengan 0 (nol).

Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.822 ^a	.676	.646	.78534	1.928	

a. Predictors: (Constant), Jaminan, Berwujud, Empati, Tanggap, Keandalan

b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai adjusted R square adalah sebesar 0,646. Maka variasi kepuasan konsumen yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas dalam penelitian ini

adalah sebesar 64,6%. Sedangkan sisanya ($100\% - 64,6\% = 35,4\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa “Diduga kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*emphaty*), dan jaminan (*assurance*) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pasien pada Laboratorium PARAHITA diagnostic Center cabang Jember” **diterima**.

Sedangkan variabel bebas yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja karyawan adalah variabel empati (X_4) dengan nilai pengaruh sebesar 7,648. Sehingga hipotesis yang menyatakan "Diduga variabel empati (*emphaty*) berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan pasien di Laboratorium PARAHITA diagnostic center cabang Jember" **diterima**.

Berdasarkan perhitungan secara serentak dengan uji F diketahui bahwa Fhitung lebih besar dari Ftabel ($22,552 > 2,6060$). Selain itu diketahui bahwa probabilitas Fhitung adalah sebesar 0,0000. Nilai tersebut masih di bawah nilai ($0,0000 < 0,5$) maka dikatakan variabel bebas berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan, Hal ini membuktikan bahwa hipotesis yang menyatakan “Diduga kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*emphaty*), dan jaminan (*assurance*) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Laboratorium PARAHITA Diagnostic Center cabang Jember.” **terbukti**.

Berdasarkan dari uji t (uji parsial) diketahui:

- t hitung variabel berwujud (*tangible*) sebesar 2,122 dengan nilai signifikansi 0,021 (2,1%),
- t hitung variabel keandalan (*reliability*) sebesar 2,271 dengan nilai signifikansi 0,011 (1,1%),
- t hitung variabel daya tanggap (*responsiveness*) sebesar 2,186 dengan nilai signifikansi 0,017 (1,7%),
- t hitung variabel empati (*emphaty*) sebesar 7,648 dengan nilai signifikansi 0,000 (0%),
- t hitung variabel jaminan (*assurance*) sebesar 2,794 dengan nilai signifikansi 0,007 (0,7%).

Dari 5 variabel diatas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena t hitung lebih besar daripada t tabel (2,0211) dan signifikansi lebih kecil daripada 0,05.

Dari uji t diketahui variabel empati (*emphaty*) mempunyai nilai t hitung paling besar disbanding variabel yang lain, maka empati (*emphaty*) dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis yang menyatakan “Diduga variabel empati (*emphaty*) berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan pelanggan di Laboratorium PARAHITA Diagnostic Center cabang Jember” **terbukti**.

5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya, dapat diambil beberapa kesimpulan. Diantaranya :

1. Hipotesis pertama yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan antara berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*emphaty*), dan jaminan (*assurance*) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan terbukti. Hal tersebut . sebelumnya diketahui bahwa Fhitung lebih besar dari Ftabel ($22,552 > 2,6060$). Selain itu diketahui bahwa probabilitas Fhitung adalah sebesar 0,000. Nilai tersebut masih dibawah nilai ($0,0000 < 0,5$). Sehingga disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
2. Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa variabel empati (*emphaty*) mempunyai nilai t hitung paling besar dengan taraf signifikansi paling kecil dibandingkan variabel lain, hal ini menunjukkan bahwa variabel empati (*emphaty*) berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis yang menyatakan empati (*emphaty*) dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Laboratorium PARAHITA Diagnostic Center cabang Jember diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil pembahasan bab sebelumnya dan kesimpulan yang telah ditetapkan diatas maka penulis dapat memberikan saran, khususnya kepada Laboratorium PARAHITA cabang Jember:

1. Bagi Manajemen
Hendaknya mempertahankan bahkan meningkatkan pelayanan, dan kesesuaian pelayanan dengan janji dari perusahaan, kesiapan petugas dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, karena terbukti beberapa hal tersebut memberikan pengaruh signifikan terhadap pencapaian kepuasan pelanggan..
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Dari hasil uji koefisien determinasi berganda dapat diketahui bahwa masih sebesar 67,6% variasi dari variabel kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang digunakan pada model regresi dalam penelitian ini. Sedangkan 35,4 % bisa kita cari dengan variabel lain, variabel merk (brand) juga bisa digunakan/diteliti, karena kemungkinan pelanggan memilih suatu produk atau jasa dikarenakan merk/brand yang sudah dikenal masyarakat. Oleh karena itu disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk lebih variatif dalam menambahkan variabel bebas yang masih belum tercover dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A Anwar, Prabu Mangkunegara. 2002. Perilaku Konsumen edisi revisi. Erlangga, Jakarta
- Adenan, Mochamad. 2002. Manajemen Perbankan. Laboratorium Perbankan Universitas Jember
- Alex S. Nitisemito. 2002. Metodologi Penelitian Bisnis, Ghalia Indonesia, Jakarta

-
- Alma, 1992. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Asri Mahastya, Jakarta
- Anto Dajan. 2006. *Pengantar Metode Statistik*. Jilid II. LP3ES, Jakarta
- Anwar Mangkunegara, 2000. *Pelayanan Perusahaan Jasa*. PT. Rosdakarya, Bandung
- Arikunto,S. 2006. *Prosedur Penelitian. Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. Rineka Cipta
- Assael, Henry. 1998. *Consumer Behavior and Marketing Action*. South Westher Ohio.
- Basu Swasta. 2001. *Pelayanan Jasa*. Djembatan, Jakarta
- Davis, Keith. 1985. *Perilaku Dalam Organisasi* Jilid I. Erlangga, Jakarta
- Dessler, Garry. 2008. *Manajemen Personalia*. Andi Offset, Yogyakarta
- Djarwanto PS. 2000. *Metode Penelitian*. Cetakan pertama edisi pertama, BPFE UGM, Yogyakarta
- Donald Cooper dan William Emory. 1999. *Metode Penelitian Bisnis* Jilid I dan II. Erlangga, Jakarta
- Engel F, James, et al. 1994. *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara, Jakarta
- Fandy Tjiptono. 1995. *Pelayanan Perusahaan Jasa*. PT. Rosdakarya, Bandung.
- Hani T Handoko. 1998. *Perilaku Organisasi, Konsep Kontraversi dan Aplikasi*. Jilid II. Terjemahan PT.Prehallindo, Jakarta.
- Imam Ghozali. 2010. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. UNDIP, Semarang
- J.Supranto. 2000, *Statistik dan Aplikasi*, Jilid II Edisi V, Erlangga Jakarta
- Jazuli Akhmad. 1996. *Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen Warung Lesehan di Jalan Protkol Yogyakarta*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada Yogyakarta
- Kashmir. 2002. *Dasar-dasar Pelayanan Jasa*. Cetakan ketiga. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Koentjoroningrat. 2003. *Metedologi Penelitian Masyarakat*. Gramedia, Jakarta
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pelayanan Jasa, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jilid I edisi revisi. PT. Graharindo, Jakarta
- Lamarto. 1996. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga, Jakarta
- Lamb, Charles. W, Joseph F. Hair, dan Carl Mc. Daniel. 2001. *Pemasaran*. Jakarta, Salemba Empat
- Lupiyoadi & Parasuraman. 2001. *Pelayanan Perusahaan Jasa*. PT. Rosdakarya, Bandung
- Nafsiyah (2007) *Faktor kualitas pelayanan untuk mengukur kepuasan pasien pada BAPELKESMAS Rumah Sakit Umum Daerah Genteng Banyuwangi*
- Nugrianto, Burhan. DKK. 2002. *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-ilmu Sosial*.

Yogyakarta: Gajahmada Universitas Press

- Rinawati (2011) Analisis kualitas pelayanan untuk menilai tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia unit Genteng Banyuwangi
- Ririn Istiani (2011) Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah pengguna jasa keuangan di Koperasi simpan pinjam Artha Niaga Wuluhan
- Rudi Wibowo. 2001. Ekonometrika Analisis dan Data Parametric. Skripsi Fakultas Pertanian, Universitas Jember
- Singarimbun Masri. 2005. Metodologi Penelitian Survey. Jakarta: PT.Pustaka LP3ES
- Siagian, Tantri Veria Juliana. 2009. Pengaruh Kualitas Produk Flexy Trendy Terhadap Kepuasan Konsumen
- Santoso, Singgih. 2004. Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik Jakarta: PT. Elex
- Suharsimi. 1996. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Edisi revisi. Rineka Cipta, Jakarta
- Sutrisno Hadi. 2002. Metodologi Research. Jilid II. Andi Offset. Yogyakarta
- Sugiyono. 2001. Metode Penelitian Bisnis. CV.Afabeta. Bandung
- Teguh Pudjo Mulyono. 2000. Pelayanan Jasa. Djambatan, Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2005. Pemasaran Jasa. Edisi Pertama Malang: Bayumedia Publishing
- Zeithml, Valerie A. 2000. Memberikan kualitas layanan: Balancing pelanggan persepsi dan harapan. Gramedia Pustaka Utama