



PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN PETUGAS INSTALASI
FARMASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI RSI JAKARTA SUKAPURA
JAKARTA UTARA

TESIS

Endang Sulistyaningsih
Nim : 2012970003

KATA PENGANTAR

Puji & syukur ke hadirat Allah SWT penulis panjatkan atas segala berkat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Petugas Instalasi Farmasi Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Loyalitas Pelanggan di RSI Jakarta Sukapura Jakarta Utara”. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Jakarta Fakultas Kesehatan Masyarakat Peminatan Administrasi Rumah Sakit.

Dalam penulisan tesis ini, penulis mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara material maupun secara spiritual dan oleh karena itu pada kesempatan ini penulis sampaikan penghargaan yang setinggi - tingginya serta ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Agus Nuruddin, MSE sebagai pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikirannya untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan tesis ini.
2. Prof. Dr. Suhendar Sulaeman, MS selaku penguji pada sidang tesis dan telah memberi masukan dalam rangka menyempurnakan tesis ini.
3. Bapak Dr. Toha Muhaimin, MSC selaku Ketua Program Studi Magister Kesehatan Masyarakat Universitas Muhammadiyah Jakarta.
4. Seluruh Dosen Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Jakarta Fakultas Kesehatan Masyarakat Peminatan Administrasi Rumah Sakit atas bimbingan dan ilmunya selama masa perkuliahan.
5. Seluruh staf petugas di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Jakarta Sukapura yang dengan sukarela meluangkan waktunya untuk pengembangan keilmuan di lingkungan RS Islam Jakarta Sukapura.

6. Suami tercinta Andi Mirana dan Ananda Arva Maulana Athallah dan Luthfi Rais Fadhillah yang selalu memberikan kekuatan dan motivasi kepada saya untuk tetap selalu berkarya.
7. Rekan – rekan Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Jakarta Fakultas Kesehatan Masyarakat Peminatan Administrasi Rumah Sakit angkatan tahun 2012 atas motivasi dan kerjasamanya selama masa perkuliahan.yang telah ikut serta memberikan masukan dalam setiap diskusi sehingga tulisan ini selesai .
8. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang bersifat perbaikan dan penyempurnaan sangat penulis harapkan.

Akhir kata semoga penulisan tesis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta , April 2015

Penulis

Endang Sulistyaningsih

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR ERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	xiv
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.3.1. Tujuan Umum.....	6
1.3.2. Tujuan Khusus	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Rumah Sakit	9
2.1.1 Pengertian Rumah Sakit	
2.1.2 Klasifikasi Rumah Sakit	
2.1.3 Fungsi Rumah Sakit	

2.1.4	Kewajiban Rumah Sakit	
2.1.5	Pola Organisasi Rumah Sakit	
2.2	Instalasi Farmasi Rumah Sakit	12
2.2.1	Pengertian Instalasi Farmasi Rumah Sakit	
2.2.2	Tujuan Instalasi Farmasi Rumah Sakit	
2.2.3	Tugas Poko dan Fungsi Pelayanan Instalasi Farmasi Rumah Sakit	
2.2.4	Standar Minimal Instalasi Farmasi Rumah Sakit	
2.2.5	Struktur Organisasi Instalasi Farmasi Rumah Sakit	
2.3	Kepuasan Pelanggan	12
2.3.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	14
2.3.2	Fungsi Front line People dalam Kepuasan Pelanggan	17
2.3.3	Karakteristik Pelanggan Rumah Sakit	
2.3.4	Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan	
2.4	Loyalitas Pelanggan	18
2.4.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan Loyalitas Pelanggan	19
2.4.2	Proses Pembentukan Loyalitas Pelanggan	24
2.4.3	Pengukuran Loyalitas Pelanggan	28
2.4.4	Dasar – dasar Program Loyalitas Pelanggan	33
2.4.5	Manfaat Pelanggan Loyal	
2.5	Pelayanan Petugas	44
2.6	Fasilitas Pelayanan	46

3. GAMBARAN UMUM RUMAH SAKIT

- 3.1 Sejarah Pendirian Rumah Sakit Islam Jakarta Sukapura
- 3.2 Falsafah dan Visi Misi Rumah Sakit Islam Jakarta Sukapura
- 3.3 Pelayanan Rumah Sakit Islam Jakarta Sukapura

4. KERANGKA KONSEP dan METODE PENELITIAN

4.1	Kerangka Konsep Penelitian	62
4.2	Hipotesis Penelitian.....	62
4.3	Variabel Penelitian	62

4.3.1	Klasifikasi Variabel.....	62
4.3.2	Definisi Operasional Variabel	62
4.4	Metode Penelitian.....	63
4.4.1	Rancangan Penelitian	
4.4.2	Populasi dan Sampel	
4.5	Lokasi dan Waktu Penelitian	63
4.6	Teknik Pengumpulan Data	63
4.7	Teknik Analisa Data	64
4.8	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	
4.8.1	Uji Validitas	
4.8.2	Uji Reliabilitas	
4.8.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	

5. HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

5.1	Hasil Penelitian.....	66
5.1.1	Pengujian Hipotesis Penelitian (<i>Path Analysis</i>).....	66
5.1.2	Hasil Pengujian Sub struktur 1.....	67
5.1.3	Hasil Pengujian Sub struktur 1.....	68
5.1.4	Pengujian Kesesuaian Model (Koefisien Q) dan Uji Asumsi.....	
5.1.5	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	
5.2	Pembahasan.....	

6. KESIMPULAN & SARAN

6.1	Kesimpulan.....	108
6.2	Saran	109

DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penelitian yang Relevan	4
Tabel 4.2	Definisi Operasional.....	25
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Fasilitas TV.....	42
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Fasilitas AC.....	56
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Fasilitas AC setelah satu pertanyaan kuesioner dihilangkan.....	60
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Fasilitas Sofa.....	61
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Fasilitas Sistem Antrian.....	57
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Fasilitas Bell di <i>Counter</i> Farmasi	60
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pelayanan Petugas Ramah.....	65
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pelayanan Petugas Komunikatif.....	66
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pelayanan Petugas Cepat	76
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pelayanan Petugas Teliti.....	80
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pelayanan Petugas Sopan.....	84
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Pelanggan.....	84
Tabel 4.15	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Pelanggan.....	84
Tabel 5.1	Corelations.....	
Tabel 5.2	Summary Model 1 – sub struktur 1.....	
Tabel 5.3	Anova Model 1 - sub struktur 1.....	
Tabel 5.4	Coefficients Model 1 - sub struktur 1.....	
Tabel 5.5	Rangkuman Hasil Koefisien Jalur sub struktur 1	
Tabel 5.6	Summary Model 2 – sub struktur 1.....	
Tabel 5.7	Anova Model 2 - sub struktur 1.....	

Tabel 5.8	Coefficients Model 2 - sub struktur 1.....
Tabel 5.9	Rangkuman Anova Model 1 dan Model 2 sub struktur 1
Tabel 5.10	Rangkuman Coefficients Model 1 dan Model 2 sub struktur 1
Tabel 5.11	Rangkuman Summary Model 1 dan Model 2 sub struktur 1
Tabel 5.12	Anova Model 1 sub struktur 2
Tabel 5.13	Coefficients Model 1 sub struktur 2
Tabel 5.14	Summary X_1, X_2 dan Y Terhadap Loyalitas Pelanggan (Z)
Tabel 5.14	Summary X_1, X_2 dan Y Terhadap Loyalitas Pelanggan (Z)
Tabel 5.15	Pengaruh Langsung, Total dan Bersama X_1, X_2 , Y dan Z

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan.....	8
Gambar 2.2	Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	9
Gambar 2.3	Siklus Pembelian Menurut riffin.....	26
Gambar 2.4	Empat Keterikataan Relatif.....	
Gambar 4.1	Kerangka Konsep Penelitian.....	28
Gambar 5.1	Hubungan Struktur X1, X2 dan Y Terhadap Z	51
Gambar 5.2	Hubungan Substruktur 1 Variabel X ₁ dan X ₂ Terhadap Y.....	52
Gambar 5.3	Hubungan Sub struktur 2 Variabel X1, X2 dan Y Terhadap Z	77
Gambar 5.4	Hubungan Kausal Empiris Substruktur 1 Variabel X ₁ Terhadap Y.....	
Gambar 5.5	Hubungan Kausal Empiris Substruktur 2 Variabel X ₁ , X ₂ dan Y Terhadap Z.....	
Gambar 5.6	Hubungan Kausal Empiris Substruktur dan Substruktur 2.....	
Gambar 5.7	Grafik Jumlah Resep di IFRS Islam Jakarta Sukapura Bulan Januari 2014 sampai Januari 2015	
Gambar 5.8	Grafik Jumlah Tenaga di IFRS Islam Jakarta Sukapura Bulan Januari 2014 sampai Januari 2015	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Contoh Struktur Organisasi IFRS	122
Lampiran 2	Formulir Permohonon Sebagai Responden	
Lampiran 3	Kuesioner Uji Validitas dan Reliabilitas	
Lampiran 4	Kuesioner Penelitian	125
Lampiran 5	Tabulasi Data Kuisioner untuk Uji Validitas dan Reliabilitas	
Lampiran 6	Permohonan Penelitian	
Lampiran 7	Persetujuan Penelitian	
Lampiran 8	Hasil Uji Asumsi	

Universitas Muhammadiyah Jakarta
Sekolah Pascasarjana
Magister Kesehatan Masyarakat

Nama : Endang Sulistyaningsih
Judul Tesis : Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Petugas Instalasi
Farmasi Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya
Terhadap Loyalitas Pelanggan di RSI Jakarta Sukapura
Jakarta Utara
Jumlah Halaman : 148
Jumlah Tabel + Gambar : 31 Tabel + 13 Gambar

ABSTRAK

Latar belakang pada penelitian ini adalah bahwa Instalasi Farmasi Rumah Sakit sebagai suatu unit *Revenue Center*, maka Instalasi Farmasi dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan yang dapat berdampak pada loyalitas pelanggan. Survey kepuasan pelanggan yang secara khusus dilakukan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura belum pernah dilakukan, sehingga peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Petugas Instalasi Farmasi Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan di RSI Jakarta Sukapura Jakarta Utara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan pelayanan petugas terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan rawat jalan yang sudah pernah berobat Rawat Jalan paling sedikit tiga kali di RSIJ Sukapura yang sedang menunggu pelayanan resep di Instalasi Farmasi Pelayanan Rawat Jalan. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sehingga terpilih 100 pelanggan untuk menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Untuk analisis data menggunakan analisa jalur (*Path Analysis*) dengan program aplikasi SPSS versi 19.0. Hasil penelitian menunjukkan variabel fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 80,6%. Variabel pelayanan petugas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel fasilitas dan pelayanan petugas secara simultan berdasarkan uji Anova berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang ditunjukkan dengan nilai *Sig* 0,000 (lebih kecil dari 0,05) akan tetapi dari uji analisis jalur hanya variabel fasilitas yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 80,6%. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 4,3%. Variabel fasilitas yang secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 7,4% dan secara tidak langsung melalui variabel intervening sebesar 18,7%. Dengan demikian pengaruh total variabel fasilitas terhadap variabel loyalitas pelanggan adalah sebesar gabungan dari pengaruh langsung dan tidak langsung tersebut di atas yaitu sebesar 26,1%. Variabel pelayanan petugas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 24,1%. Variabel fasilitas, pelayanan petugas dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 90,1%. Penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel fasilitas, pelayanan petugas dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. RSI Jakarta Sukapura, khususnya di Instalasi Farmasi sebaiknya dapat melengkapi dan meningkatkan fasilitas yang diharapkan oleh pelanggan, memberikan pelatihan secara berkesinambungan kepada petugas Instalasi Farmasi dalam memberikan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan, serta memberikan perhatian yang lebih kepada

pelanggan agar pelanggan merasa dihargai sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang dapat berdampak pada loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Fasilitas, pelayanan petugas, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

33 Pustaka, 2004 - 2013

Name : Endang Sulistyarningsih
Title : Effect of Facilities and Services Officer Installation
Pharmacy on Customer Satisfaction and Its Impact on
Customer Loyalty in Sukapura Islamic Hospital North
Jakarta
Jumlah Halaman : 148
Jumlah Tabel + Gambar :

Abstrac

The background of this research is that the installation of Hospital Pharmacy as a Revenue Center unit, the Installation of Pharmacy is required to be able to provide satisfactory service to customers who may have an impact on customer loyalty. Customer satisfaction survey specifically conducted in Jakarta Sukapura Pharmacy Installation RSI has not been done, so the researcher felt the need to conduct research on Effect of Facilities and Services Officer Installation Pharmacy on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty in Sukapura Islamic Hospital North Jakarta. This study aims to determine the influence of facilities and service personnel on customer loyalty through customer satisfaction as intervening variables. The population in this study were outpatients who had been treated at least three times in RSIJ Sukapura who are waiting for prescription at the Outpatient Pharmacy Installation Services. The number of samples in this study was determined using Slovin formula that was selected to be 100 customers. The sampling technique in this study is simple random sampling. For data analysis using path analysis with the program SPSS version 19.0. The results showed variable affects customer satisfaction facilities by 80,6 %. Variable services officer did not significantly affect customer satisfaction. Variable facilities and services simultaneously officer by Anova affect customer satisfaction shown by the Sig 0,000 (less than 0,05) but of test variables only path analysis facility that significantly influence customer satisfaction of 80,6 %. Customer satisfaction affects customer loyalty by 4.3 %. Facilities which directly affects customer satisfaction by 7.4% and indirectly through intervening variables by 18.7%. Thus the total effect of the facility to loyalty variable is equal to a combination of direct and indirect influences mentioned above is equal 26.1%. Facilities, concierge service and customer satisfaction affect the loyalty of 90.1%. This study concludes that the variable facilities, concierge service and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty. RSIJ Sukapura, particularly in Pharmacy Installation should be able to complement and enhance the facilities expected by the customer, provide continuous training to officers of Pharmacy Installation in providing services to satisfy customers, and give more attention to the customers so that customers feel valued, thereby increasing satisfaction customers that may have an impact on customer loyalty.

Keywords : Facilities, Services Officer, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.
33 References : 2004 - 2013

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut *American Hospital Association* (1974), batasan rumah sakit adalah suatu organisasi tenaga medis profesional yang terorganisasi serta sarana kedokteran yang permanen dalam menyelenggarakan pelayanan kedokteran, asuhan keperawatan yang berkesinambungan, diagnosis, serta pengobatan penyakit yang diderita oleh pasien. Sementara itu menurut Wolper dan Pena, dalam Adisasmito, 2009, rumah sakit adalah tempat dimana orang sakit mencari dan menerima pelayanan kedokteran serta tempat dimana pendidikan klinik untuk mahasiswa kedokteran, perawat, dan berbagai tenaga profesi kesehatan lainnya diselenggarakan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa rumah sakit adalah suatu tempat yang terorganisasi dalam memberikan pelayanan kesehatan kepada pasien, baik yang bersifat dasar, spesialisistik, maupun subspecialistik. Selain itu, rumah sakit juga dapat digunakan sebagai lembaga pendidikan bagi tenaga profesi kesehatan (Adisasmito, 2009).

Menurut Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit , rumah sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan , dan gawat darurat.

Rumah sakit juga merupakan tempat menyelenggarakan upaya kesehatan yaitu setiap kegiatan untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan serta bertujuan untuk mewujudkan derajat kesehatan yang optimal bagi masyarakat. Upaya kesehatan dilakukan dengan pendekatan pemeliharaan, peningkatan kesehatan (*promotif*), pencegahan penyakit (*preventif*), penyembuhan penyakit (*kuratif*) dan pemulihan kesehatan (*rehabilitatif*) yang dilaksanakan secara serasi dan terpadu serta berkesinambungan (Siregar, 2004).

Berdasarkan Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit, rumah sakit umum mempunyai fungsi :

- a. Penyelenggaraan pelayanan pengobatan dan pemulihan kesehatan sesuai dengan standar pelayanan rumah sakit
- b. Pemeliharaan dan peningkatan kesehatan perorangan melalui pelayanan kesehatan yang paripurna

- c. Penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan sumber daya manusia dalam rangka peningkatan kemampuan dalam pemberian pelayanan kesehatan
- d. Penyelenggaraan penelitian dan pengembangan serta penapisan teknologi bidang kesehatan dalam rangka peningkatan pelayanan kesehatan dengan memperhatikan etika ilmu pengetahuan bidang kesehatan.

Secara umum unit operasional rumah sakit terdiri dari dua bagian besar, yakni unit kegiatan medik dan unit kegiatan non medik. Pengelompokan unit – unit tersebut dapat disajikan sebagai berikut (Adisasmito, 2009) :

- a. Unit kegiatan pelayanan medik yang didalamnya terdiri dari kegiatan layanan rawat inap, unit kegiatan layanan rawat jalan, unit kegiatan layanan gawat darurat, unit kegiatan layanan perawatan intensif, dan unit kegiatan layanan bedah/operasi
- b. Unit kegiatan penunjang medik, terdiri dari unit kegiatan laboratorium, unit kegiatan radiologi, unit kegiatan farmasi, unit kegiatan dapur, unit kegiatan sterilisasi, unit kegiatan anestesi, unit kegiatan diagnosis, dan unit medik
- c. Unit kegiatan penunjang nonmedik, terdiri dari unit kegiatan sanitasi, unit kegiatan logistik, unit kegiatan linen dan laundry, unit kegiatan rekam medik, unit kegiatan sarana dan prasarana fisik, serta unit kegiatan mekanikal dan elektrikal.

Salah satu jenis pelayanan 24 jam di suatu Rumah Sakit adalah pelayanan yang dilakukan di Instalasi Farmasi. Instalasi Farmasi Rumah Sakit (IFRS) adalah suatu bagian/unit/divisi atau fasilitas di rumah sakit, tempat penyelenggaraan semua kegiatan pekerjaan kefarmasian yang ditujukan untuk keperluan rumah sakit itu sendiri (Siregar, 2004).

Berdasarkan definisi tersebut maka IFRS secara umum dapat diartikan sebagai suatu departemen atau unit atau bagian di suatu rumah sakit dibawah pimpinan seorang apoteker dan dibantu oleh beberapa orang apoteker yang memenuhi persyaratan peraturan perundang – undangan yang berlaku, dan bertanggungjawab atas seluruh pekerjaan serta pelayanan kefarmasian, yang terdiri pelayanan paripurna yang mencakup perencanaan, pengadaan, produksi, penyimpanan perbekalan kesehatan/sediaan farmasi, *dispensing* obat berdasarkan resep bagi penderita saat tinggal dan rawat jalan, pengendalian mutu dan pengendalian distribusi dan penggunaan seluruh perbekalan kesehatan di rumah sakit. Pelayanan farmasi klinik umum dan spesialis mencakup pelayanan langsung kepada penderita dan pelayanan klinik yang merupakan program rumah sakit secara keseluruhan (Siregar, 2004).

Menurut Keputusan Menteri Kesehatan No.1333/Menkes/SK/XII/1999 tentang standar pelayanan rumah sakit, yang menyebutkan bahwa pelayanan farmasi rumah sakit adalah bagian yang tidak terpisahkan dari sistem pelayanan kesehatan rumah sakit yang berorientasi kepada pelayanan pasien, penyediaan obat yang bermutu, termasuk pelayanan farmasi klinik yang terjangkau bagi semua lapisan masyarakat. Hal tersebut juga terdapat dalam Keputusan Menteri Kesehatan No.1197/Menkes/SK/X/2004 tentang Standar Pelayanan Farmasi di Rumah Sakit, disebutkan bahwa pelayanan farmasi rumah sakit merupakan salah satu kegiatan di rumah sakit yang menunjang pelayanan kesehatan yang bermutu.

Sebagai suatu unit *Revenue Center*, dimana pendapatan dari Instalasi Farmasi memberikan kontribusi yang sangat signifikan dalam suatu Rumah Sakit, maka Instalasi Farmasi dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan. Survey kepuasan pelanggan yang sudah sering dilakukan oleh bagian Pemasaran di RSI Jakarta Sukapura adalah kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Rawat Jalan, Rawat Inap, Petugas Perawat dan Dokter. Sedangkan survey kepuasan pelanggan yang secara khusus dilakukan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura belum pernah dilakukan, sehingga peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Petugas Instalasi Farmasi Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan di RSI Jakarta Sukapura Jakarta Utara.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas tetapi jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Banyak perusahaan memfokuskan kepada kepuasan tinggi karena para pelanggan yang kepuasannya tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kelekatan atau preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi (Lovelock dan Wright, 2007).

Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, menjadi dasar bagi pembelian ulang dan menciptakan loyalitas pelanggan serta rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan. Menurut Gremler dan Brown dalam Ali Hasan, 2008 bahwa loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai

komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli.

Loyalitas merupakan istilah kuno yang secara tradisional telah digunakan untuk melukiskan kesetiaan dan pengabdian kepada negara, cita – cita, atau individu. Dalam konteks bisnis, loyalitas digunakan untuk melukiskan kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang, lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan suka rela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman – temannya (Lovelock dan Wright, 2007).

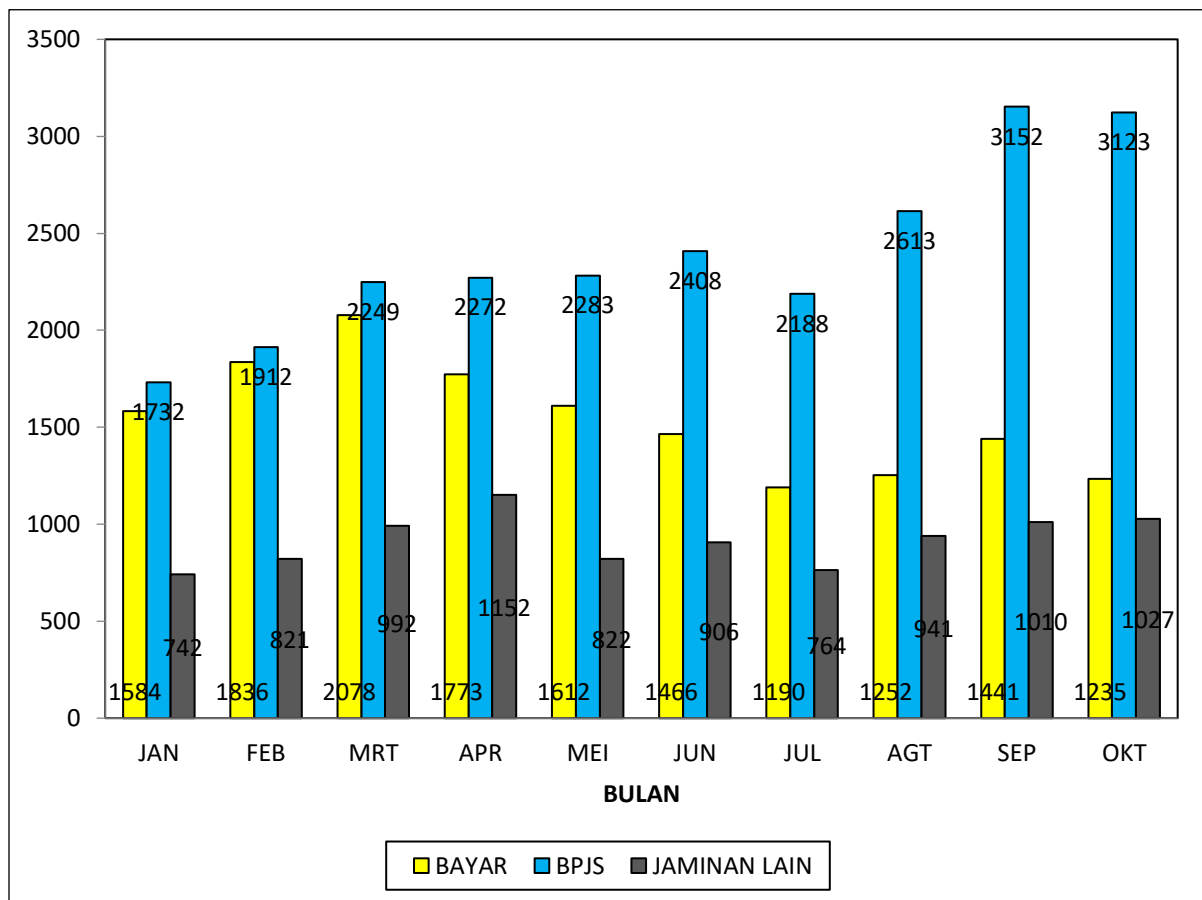
Beberapa faktor yang dapat dianggap berhubungan dengan kepuasan pelanggan sehingga berdampak pada loyalitas pelanggan pada saat datang ke Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura adalah pelayanan yang diterima dan dirasakan oleh pelanggan baik menyangkut fasilitas atau sarana dan prasarana yang tersedia di Instalasi Farmasi yang dirasakan oleh pelanggan maupun pelayanan yang diberikan oleh petugas.

Faktor harga walaupun sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dalam penelitian ini tidak kami ambil sebagai salah satu variabel bebas, hal ini dikarenakan jumlah pelanggan yang berobat di RSI Jakarta Sukapura sejak tahun 2014 yang menggunakan jaminan kesehatan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS Kesehatan) terus mengalami peningkatan dibanding pelanggan dengan jaminan asuransi lain atau yang membayar sendiri (jaminan pribadi). Ketentuan pelayanan obat untuk pasien BPJS Kesehatan sudah diatur dalam Perjanjian Kerjasama antara RSI Jakarta Sukapura dengan pihak BPJS Kesehatan sebagai berikut :

1. Pemberian obat untuk pelayanan Rawat Jalan Tingkat Lanjutan (RJTL) dan Rawat Inap Tingkat Lanjutan (RITL) berdasarkan resep obat dari dokter spesialis/subspesialis yang merawat, berpedoman pada FORNAS (Formularium Nasional) yang sesuai dengan indikasi medis dan merupakan komponen paket INA-CBG's (*Indonesian Case Base Groups*). FORNAS adalah daftar obat yang disusun oleh komite nasional yang ditetapkan oleh Menteri Kesehatan, didasarkan pada bukti ilmiah mutakhir berkhasiat, aman, dan dengan harga yang terjangkau yang disediakan serta digunakan sebagai acuan penggunaan obat dalam Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Petunjuk teknis tentang sistem INA-CBG's sudah diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 27 tahun 2014.

2. Dalam hal obat yang dibutuhkan sesuai indikasi medis pada fasilitas kesehatan rujukan tingkat lanjutan tidak tercantum dalam FORNAS, dapat digunakan obat lain berdasarkan persetujuan komite medik dan kepala/direktur rumah sakit. Penggunaan obat diluar FORNAS sudah termasuk dalam pembiayaan paket INA CBG's tidak boleh dibebankan kepada peserta.

Perbandingan jumlah pasien rawat jalan dengan jenis jaminan yang digunakan saat berobat ke RSI Jakarta Sukapura pada bulan Januari sampai dengan Oktober 2014 adalah sebagai berikut :



Gambar 1.1 : Grafik Jumlah Kunjungan Pasien Rawat Jalan di RSI Jakarta Sukapura Bulan Januari – Oktober 2014

Dari grafik tersebut terlihat bahwa pasien dengan Jaminan BPJS Kesehatan terus mengalami peningkatan dan diperkirakan bahwa pada tahun – tahun ke depan jumlah ini akan semakin meningkat karena adanya regulasi pemerintah yaitu Peraturan Presiden Republik

Indonesia Nomor 111 Tahun 2013 Tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 12 Tahun 2013 Tentang Jaminan Kesehatan khususnya Pasal 6 yaitu :

- (1) Kepesertaan Jaminan Kesehatan bersifat wajib dan mencakup seluruh penduduk Indonesia.
- (2) Kepesertaan Jaminan Kesehatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mulai tanggal 1 Januari 2014 paling sedikit meliputi:
 - a. PBI (Penerima Bantuan Iuran) Jaminan Kesehatan
 - b. Anggota TNI/Pegawai Negeri Sipil di lingkungan Kementerian Pertahanan dan anggota keluarganya
 - c. Anggota Polri/Pegawai Negeri Sipil di lingkungan Polri dan anggota keluarganya
 - d. Peserta asuransi kesehatan Perusahaan Persero (Persero) Asuransi Kesehatan Indonesia (ASKES) dan anggota keluarganya
 - e. Peserta Jaminan Pemeliharaan Kesehatan Perusahaan Persero (Persero) Jaminan Sosial Tenaga Kerja (JAMSOSTEK) dan anggota keluarganya.
- (3) Kewajiban melakukan pendaftaran kepesertaan Jaminan Kesehatan selain Peserta sebagaimana dimaksud pada ayat (2), bagi:
 - a. Pemberi Kerja pada Badan Usaha Milik Negara, usaha besar, usaha menengah, dan usaha kecil paling lambat tanggal 1 Januari 2015
 - b. Pemberi Kerja pada usaha mikro paling lambat tanggal 1 Januari 2016
 - c. Pekerja bukan penerima upah dan bukan Pekerja paling lambat tanggal 1 Januari 2019.
- (4) BPJS Kesehatan mulai tanggal 1 Januari 2014 tetap berkewajiban menerima pendaftaran kepesertaan yang diajukan oleh Pemberi Kerja serta Pekerja Bukan Penerima Upah dan bukan Pekerja sebagaimana dimaksud pada ayat (3).

Dengan demikian maka kami menganggap bahwa faktor harga obat menjadi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena sistem pembayaran dengan Jaminan BPJS Kesehatan harga sudah diatur atau ditentukan secara Nasional dengan sistem INA CBG's dimana untuk pemberian obatnya sudah mengacu kepada standar obat yang ada di FORNAS dengan harga yang sudah ditentukan sesuai *e - Catalog*.

Untuk menentukan jenis fasilitas dan pelayanan petugas IFRS yang diinginkan pelanggan, maka dilakukan pembagian angket yang berisi jenis fasilitas dan pelayanan petugas yang diberikan kepada pelanggan yang datang ke Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura secara *sampling* untuk memilih sebanyak 5 jenis fasilitas dan pelayanan petugas yang diinginkan dari sebanyak masing – masing 10 jenis pilihan. Dari sebanyak 52 responden yang telah mengisi angket tersebut kemudian dikategorikan sebagai berikut :

- a. Data responden yang diambil dengan jenis kelamin laki – laki sebanyak 16 orang
- b. Data responden yang diambil dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 16 orang
- c. Data responden yang diambil dengan latar belakang pendidikan terakhir Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) atau yang sederajat
- d. Data responden yang diambil dengan kategori umur 25 sampai dengan 55 tahun
- e. Sebanyak 20 responden tidak diambil datanya oleh karena tidak memenuhi kriteria tersebut di atas yaitu umur kurang dari 25 tahun atau lebih dari 55 tahun , dan tingkat pendidikan lebih rendah atau lebih tinggi dari SLTA.

Tingkat pendidikan responden yang diambil adalah SLTA atau sederajat, oleh karena mayoritas pelanggan yang berobat ke RSI Jakarta Sukapura adalah pelanggan dengan tingkat pendidikan terakhir SLTA. Untuk kelompok umur diambil data responden dengan umur 25 sampai dengan 55 tahun dengan pertimbangan mayoritas pelanggan yang berobat ke RSI Jakarta Sukapura dalam kisaran umur tersebut.

Dari responden yang diambil datanya, yaitu sebanyak 32 pelanggan didapatkan data lima jenis fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura yang diharapkan oleh pelanggan yaitu :

- a. Televisi (TV)
- b. *Air Conditioner* (AC)
- c. Bangku ruang tunggu yang nyaman (Sofa)
- d. Sistem antrian
- e. Bell di *counter* farmasi

Sedangkan data lima jenis pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura yang diharapkan oleh pelanggan yaitu :

- a. Ramah
- b. Komunikatif
- c. Cepat

d. Teliti

e. Sopan

Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi . Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Sedangkan fasilitas kerja adalah sarana pendukung dalam aktivitas perusahaan berbentuk fisik dan digunakan dalam kegiatan normal perusahaan, memiliki jangka waktu kegunaan yang relatif permanen dan memberikan manfaat untuk masa yang akan datang. Fasilitas kerja sangat penting bagi perusahaan, karena dapat menunjang kinerja karyawan (Lupiyadi, 2006).

Pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala bentuk aktivitas yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain atau pelanggan dengan tujuan dapat memberikan kepuasan pelanggan yang bersangkutan atas barang atau jasa yang diberikan. Pelayanan mengandung pengertian terdapatnya dua unsur atau kelompok orang yang masing – masing membutuhkan, karena itu peranan dan fungsi yang melekat pada masing – masing unsur tersebut berbeda. Pelayanan terimplisit pengertian di dalamnya dan berbagai faktor yang menentukan, yaitu faktor manusia yang melayani, alat atau fasilitas yang digunakan untuk memberikan pelayanan, mekanisme kerja yang digunakan dan sikap masing – masing orang yang memberi pelayanan dan yang dilayani (Lupiyadi, 2006).

Pada penelitian ini yang akan diteliti adalah pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura bukan kualitas pelayanan petugas, hal ini dengan pertimbangan bahwa kontak antara pelanggan dan petugas hanya terjadi pada saat pelanggan menyerahkan resep, kemudian petugas akan menginformasikan harga dan pada saat petugas menyerahkan obat kepada pelanggan. Diharapkan pada kesempatan tersebut pelayanan petugas yang diberikan dapat memberikan kepuasan pada pelanggan. Sedangkan fasilitas dianggap penting untuk diketahui pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan karena pada saat pelanggan menunggu proses penyelesaian resep memerlukan waktu tunggu sehingga diharapkan pelanggan akan merasa nyaman dan puas . Apabila pelanggan merasa puas maka diharapkan akan dapat menciptakan loyalitas pelanggan terhadap RSI Jakarta Sukapura secara umum dan Instalasi Farmasi secara khusus.

 Oleh karena itu, perlu dilakukan suatu penelitian tentang bagaimana pengaruh fasilitas dan pelayanan petugas terhadap nilai kepuasan pelanggan untuk dapat menciptakan loyalitas pelanggan di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Jakarta Sukapura. Kepuasan dan loyalitas

pelanggan di IFRS sangat penting diperhatikan agar fungsi Instalasi Farmasi sebagai unit *revenue center* dalam suatu rumah sakit dapat optimal.

Beberapa hasil penelitian terdahulu mengenai kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Beberapa Penelitian Sebelumnya

No	Judul	Variabel Dependen	Variabel Independen	Tempat	Waktu	Peneliti	Hasil Penelitian	Universitas
1	Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Apotek RS Sukmul Sisma Medika	Kepuasan pelanggan Apotek	Kepribadian Petugas Apotek	RS Sukmul Sisma Medika, Jakarta Utara	Tahun 2011	Tresia Mahaputeri Nusantari Maghfiroh	1.Terdapat hubungan korelasi “sangat kuat” antara tipe kepribadian D (<i>Dominant</i>) dan ketidakpuasan pelanggan bagi petugas <i>frontliner</i> apotik 2.Terdapat hubungan korelasi yang “kuat” antara tipe kepribadian C (<i>Compliance</i>) dan kepuasan pelanggan	Program Pasca Sarjana Program Studi Administrasi Rumah Sakit Universitas Respati Indonesia
2	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Apotek Kimia Farma Batam	Kepuasan Pelanggan Apotek Kimia Farma	<i>Reliability</i> (kehandalan), <i>Assurance</i> (jaminan), <i>Tangibles</i> (berwujud), <i>Empathy</i> (empati), <i>Responsiveness</i> (cepat tanggap), <i>Product</i> (produk)	Apotek Kimia Farma Batam	2011	Asep Dasuki Suratman	1.Hasil uji –F bahwa variabel <i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Product</i> secara bersama – sama mempengaruhi i kepuasan pelanggan	Program Pasca Sarjana Universitas Terbuka Jakarta

							2.Hasil uji determinasi (R2) bahwa variabel <i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty dan Product</i> hanya berpengaruh 53,6% terhadap kepuasan pelanggan Apotek Kimia Farma Batam
--	--	--	--	--	--	--	---

I.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura sebagai unit *Revenue Center*, dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan agar dapat tercipta loyalitas pelanggan. Beberapa faktor yang dapat dianggap berhubungan dengan kepuasan pelanggan pada saat datang ke Instalasi Farmasi adalah pelayanan yang diterima dan dirasakan oleh pelanggan baik tentang fasilitas yang ada di Instalasi Farmasi yang meliputi: Televisi (TV), *Air Conditioner* (AC), bangku ruang tunggu yang nyaman (Sofa), diberikannya sistem antrian, dan adanya bell di *counter* farmasi, maupun pelayanan yang diberikan oleh petugas yaitu: ramah, komunikatif, cepat, teliti dan sopan. Oleh karena itu, perlu dilakukan suatu penelitian tentang bagaimana pengaruh fasilitas dan pelayanan petugas terhadap nilai kepuasan pelanggan untuk dapat menciptakan loyalitas pelanggan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura.

I.3. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura yang terdiri dari Televisi (TV), *Air Conditioner* (AC), bangku ruang tunggu yang nyaman (Sofa), diberikannya sistem antrian, dan adanya bell di *counter* farmasi terhadap kepuasan pelanggan
2. Bagaimana pengaruh pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta

Sukapura yang terdiri dari ramah, komunikatif, cepat, teliti dan sopan terhadap kepuasan pelanggan

3. Bagaimana pengaruh gabungan/kombinasi antara fasilitas dan pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura terhadap kepuasan pelanggan
4. Bagaimana pengaruh nilai kepuasan pelanggan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura terhadap loyalitas pelanggan
5. Bagaimana pengaruh fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura terhadap loyalitas pelanggan
6. Bagaimana pengaruh pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura terhadap loyalitas pelanggan
7. Bagaimana pengaruh fasilitas, pelayanan petugas dan kepuasan pelanggan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura terhadap loyalitas pelanggan

I.4. Tujuan Penelitian :

I.4.1. Tujuan Umum :

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas, pelayanan petugas dan kepuasan pelanggan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura terhadap loyalitas pelanggan

I.4.2. Tujuan Khusus :

Untuk dapat mengoptimalkan fungsi Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura sebagai unit *revenue center*.

I.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Manajemen RSI Jakarta Sukapura, memberikan masukan tentang pengaruh fasilitas dan pelayanan petugas di Instalasi Farmasi terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan RSI Jakarta Sukapura sehingga dapat meningkatkan optimalisasi Instalasi Farmasi sebagai unit *Revenue Center* di Rumah Sakit .
2. Bagi Peneliti, menambah pengetahuan dan memperjelas hubungan secara langsung antara pengaruh fasilitas dan pelayanan petugas di Instalasi Farmasi terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan RSI Jakarta Sukapura.

3. Bagi Program Magister Kesehatan Masyarakat, Sekolah Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Jakarta, mempunyai data dan informasi yang lengkap tentang Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Petugas Instalasi Farmasi Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan di RSI Jakarta Sukapura Jakarta Utara yang dapat dijadikan *data base* UMJ.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Rumah Sakit

2.1.1 Pengertian Rumah Sakit

Rumah sakit adalah salah satu dari sarana kesehatan tempat menyelenggarakan upaya kesehatan. Upaya kesehatan adalah setiap kegiatan untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan, bertujuan untuk mewujudkan derajat kesehatan yang optimal bagi masyarakat. Rumah sakit merupakan rujukan pelayanan kesehatan untuk Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskesmas), terutama upaya penyembuhan dan pemulihan, sebab rumah sakit mempunyai fungsi utama menyelenggarakan upaya kesehatan yang bersifat penyembuhan dan pemulihan bagi penderita, yang berarti bahwa pelayanan rumah sakit untuk penderita rawat jalan dan rawat tinggal hanya bersifat spesialisik atau sub-spesialistik, sedang pelayanan yang bersifat nonspesialistik atau pelayanan dasar harus dilakukan di Puskesmas (Siregar, 2004).

Menurut UU NO.44 tahun 2009 tentang Rumah Sakit menyebutkan bahwa rumah sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna (meliputi *promotif, preventif, kuratif, dan rehabilitatif*) dengan menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Rumah sakit umum, dalam UU tersebut didefinisikan sebagai rumah sakit yang memberikan pelayanan kesehatan untuk semua bidang dan jenis penyakit. Sementara rumah sakit khusus adalah rumah sakit yang memberikan pelayanan utama pada satu bidang atau jenis penyakit tertentu berdasarkan disiplin ilmu, golongan umur, organ, jenis penyakit, atau kekhususan lainnya.

Rumah sakit memang tidak boleh dipandang sebagai suatu entitas yang terpisah dan berdiri sendiri dalam sistem kesehatan. Rumah sakit adalah bagian dari sistem kesehatan, dan perannya adalah mendukung pelayanan kesehatan dasar melalui penyediaan fasilitas rujukan dan mekanisme bantuan. Menurut Organisasi Kesehatan Sedunia atau *World Health Organization* (WHO), “Rumah sakit harus terintegrasi dalam sistem kesehatan dimana ia berada. Fungsinya adalah sebagai pusat sumber daya bagi peningkatan kesehatan masyarakat di wilayah tersebut” (Hartono, 2010).

Dari pengertian diatas, rumah sakit melakukan beberapa jenis pelayanan diantaranya pelayanan medik, pelayanan penunjang medik, pelayanan perawatan, pelayanan rehabilitasi, pencegahan dan peningkatan kesehatan, sebagai tempat pendidikan dan atau pelatihan medik dan para medik, sebagai tempat penelitian dan pengembangan ilmu dan teknologi bidang kesehatan serta untuk menghindari risiko dan gangguan kesehatan (Hartono, 2010).

Berdasarkan kepemilikannya, UU Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit membedakan rumah sakit di Indonesia ke dalam dua jenis, yakni :

1. **Rumah sakit publik**, yaitu rumah sakit yang dikelola oleh pemerintah (termasuk pemerintah daerah) dan badan hukum lain yang bersifat nirlaba. Rumah sakit publik meliputi :
 - a. Rumah sakit milik Departemen Kesehatan
 - b. Rumah sakit milik Pemerintah Daerah Provinsi
 - c. Rumah sakit milik Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota
 - d. Rumah sakit milik Tentara Nasional Indonesia (TNI)
 - e. Rumah sakit milik Kepolisian Republik Indonesia (Polri)
 - f. Rumah sakit milik Departemen di luar Departemen Kesehatan (termasuk milik Badan Usaha Milik Negara seperti Pertamina)
2. **Rumah sakit privat**, yaitu rumah sakit yang dikelola oleh badan hukum dengan tujuan profit yang berbentuk perseroan terbatas atau persero. Rumah sakit privat meliputi :
 - a. Rumah sakit milik yayasan
 - b. Rumah sakit milik perusahaan
 - c. Rumah sakit milik penanam modal (dalam negeri dan luar negeri)
 - d. Rumah sakit milik badan hukum lain

Pelayanan kesehatan, termasuk pelayanan rumah sakit, memang persoalan yang “tidak secara tegas dinyatakan” sebagai persoalan ekonomi. Kesehatan dianggap sesuatu yang ‘khusus’. Namun demikian, beberapa ahli menyatakan bahwa jasa atau pelayanan kesehatan, meskipun berbeda dibanding barang ekonomi lain, dapat diperlakukan menggunakan perangkat analisis ekonomi neoklasik. Tetapi perlu disadari, apapun status rumah sakit, diwajibkan oleh pemerintah untuk menyediakan sebagian pelayanannya bagi masyarakat miskin. UU Nomor 44 Tahun 2009 Pasal 29 Ayat 1 butir e dan f, menyatakan bahwa rumah sakit wajib :

- e. Menyediakan sarana dan pelayanan bagi masyarakat tidak mampu atau miskin;

- f. Melaksanakan fungsi sosial antara lain dengan memberikan fasilitas pelayanan pasien tidak mampu/miskin, pelayanan gawat darurat tanpa uang muka, ambulans gratis, pelayanan korban bencana dan kejadian luar biasa, atau bakti sosial bagi misi kemanusiaan.

2.1.2 Klasifikasi Rumah Sakit

Suatu sistem klasifikasi rumah sakit yang seragam diperlukan untuk memberi kemudahan mengetahui identitas, organisasi, jenis pelayanan yang diberikan, pemilik, dan kapasitas tempat tidur. Di samping itu, agar dapat mengadakan evaluasi yang lebih tepat untuk suatu golongan rumah sakit tertentu (Siregar, 2004).

Menurut UU NO 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit, pasal 24, dalam rangka penyelenggaraan pelayanan kesehatan secara berjenjang dan fungsi rujukan, rumah sakit umum dan rumah sakit khusus diklasifikasikan berdasarkan fasilitas dan kemampuan pelayanan Rumah Sakit sebagai berikut :

1. Rumah Sakit Umum, terdiri dari :
 - a. Rumah Sakit Umum Kelas A yaitu harus mempunyai fasilitas dan kemampuan pelayanan medik paling sedikit 4 (empat) Pelayanan Medik Spesialis Dasar, 5 (lima) Pelayanan Spesialis Penunjang Medik, 12 (duabelas) Pelayanan Medik Spesialis lain dan 13 (tigabelas) Pelayanan Medik Sub Spesialis.
 - b. Rumah Sakit Umum Kelas B yaitu harus mempunyai fasilitas dan kemampuan pelayanan medik paling sedikit 4 (empat) Pelayanan Medik Spesialis Dasar, 4 (empat) Pelayanan Spesialis Penunjang Medik, 8 (delapan) Pelayanan Medik Spesialis lain dan 2 (dua) Pelayanan Medik Sub Spesialis.
 - c. Rumah Sakit Umum Kelas C yaitu harus mempunyai fasilitas dan kemampuan pelayanan medik paling sedikit 4 (empat) Pelayanan Medik Spesialis Dasar, 4 (empat) Pelayanan Spesialis Penunjang Medik.
 - d. Rumah Sakit Umum Kelas D yaitu harus mempunyai fasilitas dan kemampuan pelayanan medik paling sedikit 2 (dua) Pelayanan Medik Spesialis Dasar.
2. Rumah Sakit Khusus, terdiri dari :

- a. Rumah Sakit Khusus kelas A adalah Rumah Sakit Khusus yang mempunyai fasilitas dan kemampuan paling sedikit pelayanan medik spesialis dan pelayanan medik subspecialis sesuai kekhususan yang lengkap.
- b. Rumah Sakit Khusus kelas B adalah Rumah Sakit Khusus yang mempunyai fasilitas dan kemampuan paling sedikit pelayanan medik spesialis dan pelayanan medik subspecialis sesuai kekhususan yang terbatas.
- c. Rumah Sakit Khusus kelas C adalah Rumah Sakit Khusus yang mempunyai fasilitas dan kemampuan paling sedikit pelayanan medik spesialis dan pelayanan medik subspecialis sesuai kekhususan yang minimal.

2.1.3 Fungsi Rumah Sakit

Guna melaksanakan tugasnya, rumah sakit mempunyai berbagai fungsi, yaitu menyelenggarakan pelayanan medik, pelayanan penunjang medik dan non medik, pelayanan dan asuhan keperawatan, pelayanan rujukan, pendidikan dan pelatihan, penelitian dan pengembangan, serta administrasi umum dan keuangan (Siregar, 2004).

Berdasarkan Undang-undang RI No. 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit, menjelaskan bahwa rumah sakit mempunyai fungsi sebagai berikut:

- a. Penyelenggaraan pelayanan pengobatan dan pemulihan kesehatan sesuai dengan standar pelayanan rumah sakit.
- b. Pemeliharaan dan peningkatan kesehatan perorangan melalui pelayanan kesehatan yang paripurna tingkat kedua dan ketiga sesuai kebutuhan medis.
- c. Penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan sumber daya manusia dalam rangka peningkatan kemampuan dalam pemberian pelayanan kesehatan.
- d. Penyelenggaraan penelitian dan pengembangan serta penapisan teknologi bidang kesehatan dalam rangka peningkatan pelayanan kesehatan dengan memperhatikan etika ilmu pengetahuan bidang kesehatan.

2.1.4 Kewajiban Rumah Sakit

Menurut UU NO 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit pasal 29, dijelaskan bahwa setiap Rumah Sakit mempunyai kewajiban :

- a. Memberikan informasi yang benar tentang pelayanan Rumah Sakit kepada masyarakat

- b. Memberi pelayanan kesehatan yang aman, bermutu, antidiskriminasi, dan efektif dengan mengutamakan kepentingan pasien sesuai dengan standar pelayanan Rumah Sakit
- c. Memberikan pelayanan gawat darurat kepada pasien sesuai dengan kemampuan pelayanannya
- d. Berperan aktif dalam memberikan pelayanan kesehatan pada bencana, sesuai dengan kemampuan pelayanannya
- e. Menyediakan sarana dan pelayanan bagi masyarakat tidak mampu atau miskin
- f. Melaksanakan fungsi sosial antara lain dengan memberikan fasilitas pelayanan pasien tidak mampu/miskin, pelayanan gawat darurat tanpa uang muka, ambulan gratis, pelayanan korban bencana dan kejadian luar biasa, atau bakti sosial bagi misi kemanusiaan
- g. Membuat, melaksanakan, dan menjaga standar mutu pelayanan kesehatan di Rumah Sakit sebagai acuan dalam melayani pasien
- h. Menyelenggarakan rekam medis
- i. Menyediakan sarana dan prasarana umum yang layak antara lain sarana ibadah, parkir, ruang tunggu, sarana untuk orang cacat, wanita menyusui, anak-anak, lanjut usia
- j. Melaksanakan sistem rujukan
- k. Menolak keinginan pasien yang bertentangan dengan standar profesi dan etika serta peraturan perundang-undangan
- l. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai hak dan kewajiban pasien
- m. Menghormati dan melindungi hak-hak pasien
- n. Melaksanakan etika Rumah Sakit
- o. Memiliki sistem pencegahan kecelakaan dan penanggulangan bencana
- p. Melaksanakan program pemerintah di bidang kesehatan baik secara regional maupun nasional
- q. Membuat daftar tenaga medis yang melakukan praktik kedokteran atau kedokteran gigi dan tenaga kesehatan lainnya
- r. Menyusun dan melaksanakan peraturan internal Rumah Sakit (*hospital by laws*)
- s. Melindungi dan memberikan bantuan hukum bagi semua petugas Rumah Sakit dalam melaksanakan tugas
- t. Memberlakukan seluruh lingkungan rumah sakit sebagai kawasan tanpa rokok

2.1.5 Pola Organisasi Rumah Sakit

Pola organisasi rumah sakit di Negara kita ini pada umumnya terdiri atas Badan Pengurus Yayasan, Dewan Pembina, Dewan Penyantun, Badan Penasehat, dan Badan Penyelenggara. Badan Penyelenggara terdiri atas direktur, wakil direktur, komite medik, satuan pengawas, dan berbagai bagian dari instalasi. Tergantung pada besarnya rumah sakit, dapat terdiri atas satu sampai empat wakil direktur. Wakil direktur pada umumnya terdiri atas wakil direktur pelayanan medik, wakil direktur penunjang medik dan keperawatan, wakil direktur keuangan, dan administrasi. Staf medik fungsional (SMF) berada dibawah koordinasi komite medik. SMF terdiri atas dokter umum, dokter gigi, dan dokter spesialis dari semua disiplin yang ada di suatu rumah sakit. Komite medik adalah wadah nonstruktural yang keanggotaannya terdiri atas ketua – ketua SMF (Siregar, 2004).

Menurut UU No 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit, dijelaskan bahwa setiap Rumah Sakit harus memiliki organisasi yang efektif, efisien, dan akuntabel. Organisasi Rumah Sakit paling sedikit terdiri atas Kepala Rumah Sakit atau Direktur Rumah Sakit, unsur pelayanan medis, unsur keperawatan, unsur penunjang medis, komite medis, satuan pemeriksaan internal, serta administrasi umum dan keuangan. Kepala Rumah Sakit harus seorang tenaga medis yang mempunyai kemampuan dan keahlian di bidang perumahsakit. Tenaga struktural yang menduduki jabatan sebagai pimpinan harus berkewarganegaraan Indonesia. Pemilik Rumah Sakit tidak boleh merangkap menjadi kepala Rumah Sakit.

2.2 Instalasi Farmasi Rumah Sakit

2.2.1 Pengertian Instalasi Farmasi Rumah Sakit

Instalasi Farmasi Rumah Sakit (IFRS) dapat didefinisikan sebagai suatu departemen atau unit atau bagian di suatu rumah sakit dibawah pimpinan seorang apoteker dan dibantu oleh beberapa orang apoteker yang memenuhi persyaratan peraturan perundang – undangan yang berlaku, dan bertanggungjawab atas seluruh pekerjaan serta pelayanan kefarmasian, yang terdiri pelayanan paripurna yang mencakup perencanaan, pengadaan, produksi, penyimpanan perbekalan kesehatan/sediaan farmasi, *dispensing* obat berdasarkan resep bagi penderita saat tinggal dan rawat jalan, pengendalian mutu dan pengendalian distribusi dan penggunaan seluruh perbekalan kesehatan di rumah sakit. Pelayanan farmasi klinik umum dan spesialis mencakup pelayanan langsung kepada penderita dan pelayanan klinik yang merupakan program rumah sakit secara keseluruhan (Siregar, 2004).

Menurut Keputusan Menteri Kesehatan No. 1333/ Menkes/SK/XII/1999 tentang standar pelayanan rumah sakit, yang menyebutkan bahwa pelayanan farmasi rumah sakit adalah bagian yang tidak terpisahkan dari sistem pelayanan kesehatan rumah sakit yang berorientasi kepada pelayanan pasien, penyediaan obat yang bermutu, termasuk pelayanan farmasi klinik yang terjangkau bagi semua lapisan masyarakat. Hal tersebut juga terdapat dalam Keputusan Menteri Kesehatan No. 1197/Menkes/SK/X/2004 tentang Standar Pelayanan Farmasi di Rumah Sakit, disebutkan bahwa pelayanan farmasi rumah sakit merupakan salah satu kegiatan di rumah sakit yang menunjang pelayanan kesehatan yang bermutu.

2.2.2 Tujuan Instalasi Farmasi Rumah Sakit

Instalasi Farmasi Rumah Sakit (IFRS) harus mempunyai sasaran jangka panjang yang menjadi arah dari kegiatan sehari – hari yang dilakukan. Oleh karena itu, tujuan kegiatan harian IFRS antara lain (Siregar, 2004) :

- a. Memberi manfaat kepada penderita, rumah sakit, sejawat profesi kesehatan, dan kepada profesi farmasi oleh apoteker rumah sakit yang kompeten dan memenuhi syarat
- b. Membantu dalam penyediaan perbekalan farmasi yang memadai oleh apoteker rumah sakit yang memenuhi syarat
- c. Menjamin praktik profesional yang bermutu tinggi melalui penetapan dan pemeliharaan standar etika profesional, pendidikan dan pencapaian, dan melalui peningkatan kesejahteraan ekonomi
- d. Meningkatkan penelitian dalam praktik farmasi rumah sakit dan dalam ilmu farmasetik pada umumnya
- e. Menyebarkan pengetahuan farmasi dengan mengadakan pertukaran informasi antara para apoteker rumah sakit, anggota profesi, dan spesialis yang serumpun
- f. Memperluas dan memperkuat kemampuan apoteker rumah sakit untuk secara efektif mengelola suatu pelayanan farmasi yang terorganisasi, mengembangkan dan memberikan pelayanan klinik, serta melakukan dan berpartisipasi dalam penelitian klinik dan farmasi dan dalam program edukasi untuk praktisi kesehatan, penderita, mahasiswa, dan masyarakat
- g. Meningkatkan pengetahuan dan pengertian praktik farmasi rumah sakit kontemporer bagi masyarakat, pemerintah, industri farmasi, dan profesional kesehatan lainnya

- h. Membantu menyediakan personel pendukung yang bermutu untuk IFRS
- i. Membantu dalam pengembangan dan kemajuan profesi kefarmasian.

Menurut Kemenkes No 1197/Menkes/SK/X/2004 tentang Standar Pelayanan Farmasi di Rumah Sakit, dijelaskan bahwa tujuan dari Pelayanan Farmasi adalah :

- a. Melaksanakan pelayanan farmasi yang optimal baik dalam keadaan biasa maupun dalam keadaan gawat darurat, sesuai dengan keadaan pasien maupun fasilitas yang tersedia
- b. Menyelenggarakan kegiatan pelayanan profesional berdasarkan prosedur kefarmasian dan etik profesi
- c. Melaksanakan KIE (Komunikasi Informasi dan Edukasi) mengenai obat
- d. Menjalankan pengawasan obat berdasarkan aturan-aturan yang berlaku
- e. Melakukan dan memberi pelayanan bermutu melalui analisa, telaah dan evaluasi pelayanan
- f. Mengawasi dan memberi pelayanan bermutu melalui analisa, telaah dan evaluasi pelayanan
- g. Mengadakan penelitian di bidang farmasi dan peningkatan metoda

Menurut UU No 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit pada pasal 15 mengenai kefarmasian dijelaskan sebagai berikut :

- a. Persyaratan kefarmasian harus menjamin ketersediaan sediaan farmasi dan alat kesehatan yang bermutu, bermanfaat, aman dan terjangkau
- b. Pelayanan sediaan farmasi di Rumah Sakit harus mengikuti standar pelayanan kefarmasian.
- c. Pengelolaan alat kesehatan, sediaan farmasi, dan bahan habis pakai di Rumah Sakit harus dilakukan oleh Instalasi farmasi sistem satu pintu
- d. Besaran harga perbekalan farmasi pada instalasi farmasi Rumah Sakit harus wajar dan berpatokan kepada harga patokan yang ditetapkan Pemerintah.
- e. Ketentuan lebih lanjut mengenai standar pelayanan kefarmasian diatur dengan Peraturan Menteri.

Pelayanan oleh instalasi farmasi selain difokuskan terhadap konsumen, juga ditujukan pada pihak berkaitan, yaitu anggota masyarakat rumah sakit, pemilik rumah sakit, dan *stakeholders*. Untuk mencapai kebutuhan dan harapan konsumen serta pihak lain, instalasi farmasi harus mempertimbangkan, mengidentifikasi kebutuhan dan harapan seluruh pihak, memelihara respon yang seimbang terhadap kebutuhan dan harapan, menerjemahkan kebutuhan dan harapan menjadi

persyaratan serta mengkomunikasikan persyaratan tersebut pada seluruh tingkat personel di IFRS, dan mengembangkan seluruh proses untuk menciptakan nilai bagi pihak yang berkepentingan tersebut. Untuk menetapkan kebutuhan dan harapan konsumen sebagai pengguna akhir, IFRS harus mengidentifikasi konsumennya, termasuk konsumen yang mungkin, menetapkan karakteristik kunci pelayanan bagi konsumen, dan mengidentifikasi kesempatan, kelemahan, dan keuntungan persaingan masa datang (Siregar, 2004).

2.2.3 Tugas Pokok dan Fungsi Pelayanan Instalasi Farmasi Rumah Sakit

Instalasi Farmasi Rumah Sakit merupakan salah satu dari banyak bagian atau divisi dari rumah sakit yang mempunyai pengaruh sangat besar pada perkembangan profesional rumah sakit dan juga terhadap ekonomi dan biaya operasional total rumah sakit, disebabkan hubungan timbal baliknya dengan dan saling tergantungnya pelayanan – pelayanan lain pada IFRS (Siregar, 2004).

Pelayanan kefarmasian termasuk pelayanan utama di rumah sakit sebab hampir seluruh pelayanan yang diberikan pada penderita di rumah sakit berintervensi dengan sediaan farmasi dan atau perbekalan kesehatan. IFRS adalah satu – satunya bagian atau divisi di rumah sakit yang bertanggungjawab penuh atas pengelolaan dan pengendalian seluruh sediaan farmasi dan perbekalan kesehatan lain yang beredar dan digunakan di rumah sakit. IFRS bertanggungjawab mengembangkan suatu pelayanan farmasi yang luas dan terkoordinasi dengan baik dan tepat, untuk memenuhi kebutuhan berbagai bagian/unit diagnosis dan terapi, unit pelayanan keperawatan, staf medik dan rumah sakit keseluruhan untuk kepentingan pelayanan penderita yang lebih baik (Siregar, 2004).

Menurut Kemenkes No 1197/Menkes/SK/X/2004 tentang Standar Pelayanan di Rumah Sakit, dijelaskan bahwa tugas pokok dan fungsi dari Pelayanan Farmasi adalah sebagai berikut :

- A. Tugas pokok pelayanan faarmasi adalah :
 - a. Melaksanakan pelayanan farmasi yang optimal
 - b. Menyelenggarakan kegiatan pelayanan farmasi profesional berdasarkan prosedur kefarmasian dan etik profesi
 - c. Melaksanakan Komunikasi, Informasi dan Edukasi (KIE)
 - d. Memberi pelayanan bermutu melalui analisa, dan evaluasi untuk meningkatkan mutu pelayanan farmasi

- e. Melakukan pengawasan berdasarkan aturan-aturan yang berlaku
- f. Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan di bidang farmasi
- g. Mengadakan penelitian dan pengembangan di bidang farmasi
- h. Memfasilitasi dan mendorong tersusunnya standar pengobatan dan formularium rumah sakit

B. Fungsi Pelayanan Farmasi adalah :

a. Pengelolaan Perbekalan Farmasi, meliputi :

1. Memilih perbekalan farmasi sesuai kebutuhan pelayanan rumah sakit
2. Merencanakan kebutuhan perbekalan farmasi secara optimal
3. Mengadakan perbekalan farmasi berpedoman pada perencanaan yang telah dibuat sesuai ketentuan yang berlaku
4. Memproduksi perbekalan farmasi untuk memenuhi kebutuhan pelayanan kesehatan di rumah sakit
5. Menerima perbekalan farmasi sesuai dengan spesifikasi dan ketentuan yang berlaku
6. Menyimpan perbekalan farmasi sesuai dengan spesifikasi dan persyaratan kefarmasian
7. Mendistribusikan perbekalan farmasi ke unit-unit pelayanan di rumah sakit

b. Pelayanan Kefarmasian dalam Penggunaan Obat dan Alat Kesehatan meliputi :

1. Mengkaji instruksi pengobatan/resep pasien
2. Mengidentifikasi masalah yang berkaitan dengan penggunaan obat dan alat kesehatan
3. Mencegah dan mengatasi masalah yang berkaitan dengan obat dan alat kesehatan
4. Memantau efektifitas dan keamanan penggunaan obat dan alat kesehatan
5. Memberikan informasi kepada petugas kesehatan, pasien/keluarga
6. Memberi konseling kepada pasien/keluarga
7. Melakukan pencampuran obat suntik
8. Melakukan penyiapan nutrisi parenteral
9. Melakukan penanganan obat kanker
10. Melakukan penentuan kadar obat dalam darah
11. Melakukan pencatatan setiap kegiatan
12. Melaporkan setiap kegiatan

2.2.4 Standar Minimal Instalasi Farmasi Rumah Sakit

Rumah sakit harus memelihara dan mengembangkan IFRS serta fungsi pelayanannya yang dilakukan sesuai dengan praktik professional dan etika yang dapat diterima dan semua persyaratan perundang – undangan yang berlaku. Standar adalah suatu dokumen yang ditetapkan dengan konsensus dan disetujui oleh suatu badan yang diakui, yang berisi peraturan, pedoman, atau karakteristik dari kegiatan atau hasil kegiatan, disediakan untuk penggunaan umum dan berulang, ditujukan untuk pencapaian derajat optimal keberaturan dalam suasana tertentu. Standar minimal IFRS adalah sebagai berikut (Siregar, 2004) :

1. Standar I : Manajerial

IFRS harus dipimpin oleh seorang apoteker yang secara profesional kompeten dan memenuhi persyaratan hukum. Jabatan pimpinan IFRS harus berada dalam tingkat yang sama dengan jabatan pimpinan staf medik fungsional (SMF) dalam struktur rumah sakit.

2. Standar II : Fasilitas

Ruangan, peralatan, dan perbekalan harus disediakan untuk fungsi profesional dan administratif IFRS sebagaimana dipersyaratkan. IFRS harus dilengkapi dengan ruangan, alat, bahan, pasokan untuk fungsi profesional dan administratif, minimal seperti dibawah ini :

a. IFRS harus berlokasi dalam daerah yang memberi kemudahan pemberian pelayanan kepada pasien rawat inap dan rawat jalan. Di samping itu, lokasi harus mudah diketahui dan dicapai oleh semua masyarakat rumah sakit terutama staf medik yang memerlukan informasi dan komunikasi IFRS. Sistem transportasi dan komunikasi IFRS harus terpadu dengan sistem rumah sakit secara keseluruhan.

b. Ruang dan alat harus tersedia untuk :

1. Pimpinan IFRS, rapat staf, sentra informasi obat/keracunan, perpustakaan dan sekretariat
2. Penyimpanan perbekalan kesehatan yang aman dan dengan kondisi lingkungan terkendali
3. Penyediaan, peracikan, dan *dispensing* obat untuk pasien rawat jalan dan rawat inap
4. Pelaksanaan distribusi obat ke pasien
5. Manufaktur obat non steril dan steril serta pengemasan/pengemasan kembali
6. Konsultasi apoteker dan pasien yang bersifat pribadi

7. Pencampuran obat parenteral intravena dan penyediaan obat – obat sititoksik dan “*laminar air flow*”
 - c. Dalam rumah sakit besar, seperti kelas A dan B, IFRS layak memiliki laboratorium pengujian mutu obat, laboratorium farmakokinetik klinik dan laboratorium penelitian
 - d. IFRS harus memiliki sumber informasi obat yang mutakhir, sumber ini mencakup majalah farmasi dan kedokteran, buku teks yang sesuai, pustaka penelitian obat, sumber – sumber penelusuran kembali (*retrieval resources*), internet dan informasi obat terkomputerisasi
 - e. IFRS harus memiliki perangkat komputer yang cukup untuk memproses profil pengobatan pasien, persediaan perbekalan kesehatan, serta informasi obat/keracunan dan pelayanan administratif
 - f. Alat komunikasi harus cukup, seperti telepon, faksimili dan aipon yang menghubungkan semua unit di rumah sakit
3. Standar III : Distribusi dan Pengendalian Obat
Kebijakan dan prosedur terdokumentasi yang berkaitan dengan distribusi obat intra rumah sakit, harus dikembangkan oleh pimpinan IFRS bersama – sama Panitia Farmasi Terapi (PFT), staf medik, perawat dan dengan perwakilan disiplin lain. IFRS adalah satu – satunya unit/bagian yang harus bertanggungjawab dalam pengelolaan menyeluruh mulai dari perencanaan, pengadaan (pembelian dan manufaktur), pengendalian mutu, penyimpanan, penyiapan dan peracikan, pelayanan resep/order, distribusi sampai dengan pengendalian semua perbekalan kesehatan yang beredar dan digunakan di rumah sakit termasuk pelayanan yang berkaitan dengan obat kepada pasien rawat jalan
 4. Standar IV : Informasi Obat
IFRS bertugas dan bertanggungjawab menyediakan/memberikan informasi yang akurat dan komprehensif bagi staf medik, profesional kesehatan lain, dan pasien serta harus membuat IFRS sebagai sentra informasi obat.
 5. Standar V : Jaminan Terapi Obat yang Rasional
Definisi penggunaan obat secara rasional adalah mensyaratkan bahwa pasien menerima obat yang sesuai dengan kebutuhan klinik, dalam dosis yang memenuhi keperluan individual sendiri, untuk periode waktu yang memadai dan harga yang terendah bagi mereka dan komunitas mereka. Istilah penggunaan obat yang rasional dalam lingkungan

biomedik mencakup kriteria seperti obat yang benar, indikasi yang tepat yaitu bahwa alasan penulisannya didasarkan pada pertimbangan medik yang baik, obat yang tepat berkaitan dengan manfaat, keamanan, kesesuaian bagi pasien dan biaya, pasien yang tepat yaitu tidak ada kontraindikasi terjadi dan kemungkinan reaksi merugikan adalah minimal, *dispensing* yang benar termasuk informasi yang tepat bagi pasien tentang obat yang ditulis dokter dan kepatuhan pasien pada pengobatannya. Salah satu aspek penting dari pelayanan kefarmasian adalah memaksimalkan penggunaan obat rasional.

6. Standar VI : Penelitian

Praktik kefarmasian didasari oleh berbagai ilmu, seperti fisikokimia, biologi, farmasetik, biomedik, dan sosio ekonomi. Keberhasilan masa depan dan berkelanjutan serta rasa harga diri profesi tergantung pada dasar pengetahuan yang diperluas dan yang dapat dihasilkan melalui penelitian serta pengembangan ilmiah yang giat dan dinamis. Agar penelitian ini mempunyai arti dan produktif sesuai dengan kebutuhan dan sasaran IFRS dalam rumah sakit, apoteker rumah sakit harus berpartisipasi aktif. Apoteker rumah sakit harus dapat berfungsi dalam penelitian dengan bekerjasama dengan profesional pelayanan kesehatan lainnya. Apoteker memberi kontribusi keahlian yang khas pada aspek yang berkaitan dengan obat pada pelayanan pasien dan memikul tanggungjawab pribadi pada hasil dari pelayanan kefarmasian yang mereka berikan kepada pasien. Peningkatan dalam terapi obat tergantung pada pengetahuan baru yang dihasilkan oleh penelitian ilmiah. Oleh karena itu, apoteker dalam suatu rumah sakit mempunyai kewajiban profesional berpartisipasi secara aktif dalam dan meningkatkan kegiatan penelitian berkaitan dengan farmasetik dan obat.

7. Standar VII : Pemberian/Konsumsi Obat dan Produk Biologik yang Aman

Kebijakan dan prosedur terdokumentasi yang menguasai pemberian/ konsumsi obat dan produk biologik yang aman harus dikembangkan oleh PFT bekerjasama dengan IFRS, perawat, dan jika perlu perwakilan disiplin lain. Kebijakan dan prosedur tersebut harus dikaji ulang paling sedikit setiap tahun, jika perlu direvisi dan dilaksanakan.

8. Standar VIII : Mutu dalam Pelayanan Perawatan Penderita yang Diberikan oleh IFRS

Sebagai bagian dari program jaminan mutu rumah sakit, mutu dan ketepatan pelayanan perawatan pasien yang diberikan IFRS harus dipantau, dievaluasi dan masalah yang diidentifikasi diadakan solusinya. IFRS adalah suatu organisasi pelayanan yang merupakan suatu sistem terorganisasi dari keterampilan dan fasilitas khusus. IFRS yang merupakan

pemasok pelayanan, menghendaki agar pelayanannya cocok digunakan atau memuaskan konsumen, sama seperti yang dikehendaki pemasok produk industrial. Banyak kemiripan antara teknik jaminan mutu lembaga pelayanan dan lembaga manufaktur, tetapi pelayanan memerlukan suatu pendekatan khusus.

2.2.5 Struktur Organisasi Instalasi Farmasi Rumah Sakit

Salah satu persyaratan dalam penerapan sistem manajemen mutu menyeluruh adalah adanya organisasi yang sesuai, yang dapat mengakomodasi seluruh kegiatan pelaksanaan fungsi. IFRS juga harus memiliki suatu organisasi yang pasti dan sesuai dengan kebutuhan sekarang dan kebutuhan mengakomodasi perkembangan di masa depan, dan mengikuti visi yang telah ditetapkan pimpinan rumah sakit dan para apoteker rumah sakit. Organisasi IFRS harus didesain dan dikembangkan sedemikian rupa agar faktor – faktor teknis, administratif, dan manusia yang mempengaruhi mutu produk dan pelayanannya berada dibawah kendali. Pengendalian itu dapat dilaksanakan melalui struktur organisasi IFRS yang terdiri atas penetapan pekerjaan yang dilakukan beserta tanggungjawab dan hubungan hierarki untuk melaksanakan pekerjaan itu (Siregar, 2004).

Struktur organisasi dasar (segmentasi utama) dari IFRS adalah pengadaan, pelayanan, dan pengembangan. Struktur organisasi dasar ini juga disebut kumpulan berbagai pekerjaan karena dalam struktur organisasi dasar itu berkumpul berbagai kegiatan atau pekerjaan. Struktur organisasi dapat dikembangkan dalam tiga tingkat , yaitu : tingkat puncak, tingkat menengah, dan garis depan. Setiap personel perseorangan dari IFRS harus mengetahui lingkup, tanggungjawab dan kewenangan fungsi mereka dan dampak mereka pada suatu produk dan atau pelayanan. Mereka harus mempunyai pengertian yang jelas tentang kewenangan mereka dan bebas mengambil tindakan. Setiap personel dalam IFRS harus bertanggungjawab untuk mencapai mutu produk dan atau pelayanan (Siregar , 2004), contoh struktur IFRS terlampir.

2.3 Kepuasan Pelanggan

2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah puas; merasa senang; perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan

puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa.

Kepuasan adalah suatu keadaan yang dirasakan oleh seseorang (klien/pasien) setelah mengalami suatu tindakan atau hasil dari tindakan yang memenuhi harapan -harapannya. Jadi, kepuasan adalah perpaduan (fungsi) antara harapan dan persepsi terhadap tindakan atau hasil tindakan. Untuk memahami kepuasan, kita harus memahami bagaimana orang membentuk harapannya. Harapan dibentuk atas dasar pengalaman masa lalu seseorang dengan situasi yang sama atau serupa, pernyataan dari teman atau kerabat lain, pernyataan dari rumah sakit sendiri. Jadi, dapat tidaknya rumah sakit memuaskan klien/pasien tidak hanya ditentukan oleh kinerjanya, tetapi juga oleh harapan yang diciptakannya,. Jika rumah sakit menciptakan harapan yang terlalu tinggi, maka kemungkinan akan tidak memuaskan pasien/kliennya (Hartono, 2010).

Seseorang yang datang ke suatu tempat untuk memiliki suatu barang atau mendapatkan suatu jasa, dan membayar barang atau jasa tersebut, disebut pembeli atau konsumen. Sedangkan yang disebut pelanggan, menurut Lupiyoadi dan Hamdani, dalam Setiawan , 2011, adalah pembeli yang datang berulang. Pembeli akan menjadi pelanggan jika dia merasa mendapat nilai lebih dari barang atau jasa yang dibelinya. Pelanggan merupakan seseorang yang terbiasa untuk membeli jasa kita. Kebiasaan itu terbentuk melalui pembelian dan interaksi yang berulang selama periode tertentu.

Menurut Buttle, dalam Setiawan 2011, kepuasan pelanggan adalah respon berupa perasaan puas yang timbul karena pengalaman menggunakan suatu produk, atau sebagian kecil dari pengalaman itu. Kepuasan pelanggan akan meningkat apabila perusahaan mampu memahami tuntutan, memenuhi harapan, dan mewujudkan nilai pelanggan. Nilai yang dipikirkan pelanggan adalah selisih antara evaluasi calon pelanggan atas semua manfaat serta semua biaya yang ditawarkan dan alternatif – alternatif yang dipikirkannya.

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 kompetitor tidak mampu memberikan manfaat yang lebih baik. Demikian pula sebaliknya, apabila biaya yang dikeluarkan seorang pelanggan lebih besar dibanding manfaat yang diperoleh ketika membeli jasa tertentu, dia akan berkesimpulan bahwa jasa tersebut memiliki nilai yang rendah. Semakin bernilai suatu jasa, semakin bertambah kebutuhan pelanggan yang dapat dipenuhi oleh jasa tersebut. Dengan demikian, perusahaan yang

memiliki reputasi memberikan jasa bernilai tinggi dapat menerapkan harga lebih tinggi dibandingkan harga pesaing (Setiawan, 2011).

Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa. Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana individu memilih, mengorganisasikan, serta mengartikan stimulus yang diterima melalui alat inderanya menjadi suatu makna. Persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa berpengaruh terhadap (Setiawan, 2011) :

- a. Tingkat kepentingan pelanggan
- b. Kepuasan pelanggan
- c. Nilai

Produk rumah sakit termasuk kelompok jasa, yaitu jasa layanan kesehatan yang terdiri dari : layanan rawat jalan (poliklinik), layanan rawat inap, dan layanan penunjang medis seperti laboratorium, farmasi, radiologi, rehabilitasi medik dan konsultasi gizi (Setiawan, 2011).

Sebagai organisasi semibisnis yang “menjual” jasa pelayanan, rumah sakit dapat dianggap memiliki keunikan. Produk yang “dijual” oleh rumah sakit adalah pelayanan kesehatan yang pada hakikatnya adalah komoditas berupa jasa (*service*). Jasa itu pun tergolong ke dalam jasa yang melekat pada si pemberi jasa (*people based*) dimana pemberi jasanya adalah orang-orang yang ahli dibidangnya (*professional workers*). Tidak sebagaimana barang, jasa tidak dapat dilihat, diraba, dirasa, didengar atau dibau, sebelum “dibeli”. Seorang pasien tidak dapat “mencicipi” dulu pelayanan operasi plastik yang akan “dibelinya”. Bahkan dokter pun sebagai “penjual”, tidak dapat memastikan apakah operasi itu akan berhasil seratus persen atau tidak. Dengan kata lain, pelayanan kesehatan adalah komoditas yang tidak kasat mata, sehingga penuh dengan ketidakpastian (Hartono, 2010).

Karakteristik jasa menurut Lovelock dan Wright 2007 adalah sebagai berikut :

- a. Pelanggan tidak memperoleh kepemilikan. Perbedaan utama antara barang dan jasa terletak dalam kenyataan bahwa pelanggan mendapatkan nilai dari jasa tanpa memperoleh kepemilikan permanen atas elemen – elemen yang dapat diraba.
- b. Jasa merupakan kinerja yang tidak berwujud. Walaupun jasa sering melibatkan elemen yang berwujud, seperti kursi di pesawat terbang, makanan, atau barang yang diperbaiki, kinerja jasa sendiri bersifat tidak berwujud (*intangible*). Manfaat kepemilikan dan penggunaan barang terutama berasal dari karakteristik fisiknya, sedangkan pada jasa manfaat tersebut berasal dari sifat penyampaiannya.

- c. Keterlibatan pelanggan dalam proses produksi. Sering pelanggan terlibat aktif dalam membantu menghasilkan jasa, baik dengan melayani dirinya sendiri, seperti mengambil uang di ATM, atau melalui kerjasama dengan petugas jasa seperti di salon, hotel, sekolah dan rumah sakit.
- d. Pelanggan lain sebagai bagian dari produk. Dalam jasa yang tingkat kontakannya tinggi, pelanggan tidak hanya berhubungan dengan petugas jasa tetapi juga bersinggungan dengan pelanggan lain. Sebagai contoh, pasien yang berobat di poliklinik rumah sakit berinteraksi dengan pasien lain yang sama – sama berobat di situ. Hubungan ini berakibat terbentuknya persepsi pelanggan berdasarkan pengaruh persepsi pelanggan lain terhadap kualitas layanan dari jasa tersebut.
- e. Keragaman *input* dan *output* operasional besar. Adanya karyawan dan pelanggan lain dalam sistem operasional menyebabkan sulit membuat standar dan mengontrol variabilitas (keragaman) baik pada *input* maupun *output*. Ketika jasa dinikmati pada saat diproduksi, “perakitan” akhir harus berlangsung dalam kondisi saat itu juga, dan bahkan dari waktu ke waktu. Akibatnya, kesalahan dan ketidakcocokan akan mungkin muncul dan sulit dihindari.
- f. Pelanggan sulit mengevaluasi. Berbeda dengan barang yang bisa dilihat dan diamati secara kasat mata, beberapa jasa mungkin akan menekankan “atribut pengalaman” yang hanya dapat dibedakan setelah pembelian atau selama dikonsumsi. Misalnya kenyamanan, kemudahan penggunaan, tingkat kebisingan, dan perlakuan pribadi. Bahkan, ada “atribut penerimaan” yang sulit dievaluasi pelanggan bahkan setelah dikonsumsi. Sebagai contoh pasien – pasien yang mengalami pembedahan, mereka sulit menilai apakah jasa yang telah mereka terima sesuai dengan yang seharusnya atau tidak.
- g. Tidak ada persediaan jasa. Karena jasa adalah suatu tindakan atau kinerja dan bukan barang berwujud yang disimpan pelanggan, ia “tidak dapat disimpan” dan tidak ada persediannya.
- h. Pentingnya waktu. Banyak jasa diberikan pada saat itu juga. Pelanggan hadir secara fisik untuk menerima jasa dari perusahaan, seperti penerbangan, rumah sakit, bank, dan lain – lain. Jasa harus disampaikan dengan cepat sehingga pelanggan tidak perlu membuang waktu untuk dapat menerimanya. Saat ini pelanggan semakin sensitif terhadap waktu, sehingga kecepatan menjadi unsur utama penilaian pelanggan tentang jasa yang baik.

- i. Saluran distribusi yang berbeda. Tidak seperti pabrik yang membutuhkan saluran distribusi fisik untuk mengantar barang dari pabrik ke pelanggan, banyak bisnis jasa menggunakan saluran elektronik untuk melakukannya. Misalnya penyiaran atau transfer dana secara elektronik. Bisnis jasa yang lain menggabungkan tempat pembuatan, tempat penjualan, dan tempat mengkonsumsinya di satu lokasi. Untuk yang terakhir ini, perusahaan – perusahaan jasa bertanggungjawab mengelola petugas pelayanan pelanggan. Mereka juga harus mengelola perilaku pelangandi tempat pembuatan jasa untuk menjamin berlangsungnya operasi yang mulus dan menghindari situasi dimana perilaku seorang pelanggan mengganggu pelanggan lain yang ada di dekatnya.

Definisi yang berbasis jasa menyamakan kualitas dengan kepuasan pelanggan, sebagaimana didefinisikan oleh rumus (Lovelock dan Wright, 2007) :

$$\text{Kepuasan} = \frac{\text{Jasa yang dipahami}}{\text{Jasa yang diharapkan}}$$

Teori ini begitu sederhana. Kualitas jasa adalah sejauh mana jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Jika pelanggan memahami penyerahan jasa yang sesungguhnya lebih baik daripada yang diharapkan, mereka akan senang; jika penyerahan jasa tersebut berada dibawah harapannya, mereka akan marah. Dan mereka akan menilai kualitas menurut tingkat kepuasan yang mereka pahami terhadap jasa tersebut.

Pelanggan yang menilai kualitas suatu jasa, mereka akan membandingkannya dengan suatu standar internal yang ada sebelum mengalami jasa tersebut. Standar internal untuk menilai kualitas tersebut adalah dasar harapan pelanggan. Harapan orang terhadap jasa kebanyakan dipengaruhi oleh pengalaman mereka sebelumnya sebagai pelanggan dengan penyedia jasa tertentu , dengan jasa pesaing dalam industri yang sama, atau dengan jasa terkait dalam industri yang berbeda. Jika mereka tidak memiliki pengalaman pribadi yang relevan, pelanggan mungkin akan mendasarkan harapan mereka pada faktor-faktor seperti iklan atau cerita dari mulut ke mulut. (Lovelock dan Wright, 2007).

Pelanggan berbeda dengan pembeli. Pembeli membeli barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan pelanggan (yang puas akan manfaat produk) membeli produk perusahaan dan membeli lagi setiap saat membutuhkannya kembali. “Membeli lagi” adalah letak perbedaan antara pembeli dan pelanggan. Jangka waktu berlangganan seorang pelanggan bervariasi, dari berbulan – bulan sampai puluhan tahun. Operasi bisnis setiap perusahaan dapat diharapkan berhasil apabila perusahaan yang bersangkutan dapat mempertahankan pelanggan lama yang bermutu dan menambah pelanggan baru secara substansial (Sutojo, 2003).

2.3.2 Fungsi *Frontline People* dalam Kepuasan Pelanggan

Dalam setiap perusahaan ada segolongan karyawan yang bertugas meladeni pembeli dan pelanggan secara langsung. Banyak diantara mereka itu menyajikan manfaat barang atau jasa yang dipasarkan perusahaannya kepada pembeli. Menurut Peter (penulis buku *A Preface to Marketing Management* – McGraw – Hill), dalam Sutojo, 2003 menyebut golongan karyawan perusahaan tersebut *frontline people*. Menurut Paul Peter dalam kebanyakan kasus kepuasan pembeli dan pelanggan dipengaruhi oleh hubungan serasi mereka dengan para *frontline people* yang meladeni. *Frontline people* perusahaan perdagangan eceran adalah para pramuniaga, sedangkan bagi rumah sakit umum adalah dokter, perawat dan petugas laboratorium.

Frontline people mempunyai tanggungjawab yang berat. Mereka adalah ujung tombak perusahaan dalam menghadapi prospek dan pelanggan. *Frontline people* mempunyai kontribusi yang besar dalam membina hubungan yang serasi antara perusahaan dengan pelanggan. Mereka juga mempunyai peranan besar membantu perusahaan mencapai salah satu tujuan strategi penjualan yaitu meningkatkan jumlah dan mutu pelanggan. Dengan perkataan lain mereka mempunyai peran penting dalam menyumbang keuntungan kepada perusahaan (Sutojo, 2003).

Keragaman adalah fakta kehidupan dalam situasi dimana para pelanggan sangat berbeda dan petugas jasa berinteraksi dengan pelanggan – pelanggan tersebut satu persatu. Makin lama dan makin aktif pelanggan dilibatkan dalam proses penyerahan jasa, makin besar kemungkinan pengalaman masing – masing pelanggan berbeda dari pelanggan lainnya (dan dari pengalaman sebelumnya oleh pelanggan yang sama). Tantangannya adalah bahwa karyawan harus fleksibel, dengan memperlakukan setiap orang sebagai individu dan bukan sebagai orang yang sama dengan pelanggan terakhir (Lovelock dan Wright, 2007).

Pertemuan jasa adalah sebuah periode waktu ketika pelanggan berinteraksi langsung dengan jasa, dimana berdasarkan tingkat interaksi dengan karyawan pemberi jasa, elemen fisik atau keduanya, dapat dikelompokkan ke dalam tiga tingkat hubungan pelanggan, yaitu (Lovelock dan Wright, 2007) :

- a. Jasa kontak tinggi, yang cenderung merupakan hubungan dimana pelanggan mengunjungi fasilitas jasa secara langsung. Pelanggan aktif terlibat dalam organisasi jasa dan karyawannya dalam seluruh penyerahan jasa tersebut (contohnya, jasa kesehatan). Semua jasa yang memproses orang adalah jasa yang membutuhkan kontak yang tinggi.
- b. Jasa kontak sedang, memerlukan sedikit keterlibatan dengan penyedia jasa. Jasa ini mengandung situasi dimana pelanggan mengunjungi fasilitas penyedia jasa (atau didatangi di rumah atau dilokasi pihak ketiga oleh penyedia jasa tersebut) tetapi tidak terus berlangsung sepanjang penyerahan jasa atau hanya memiliki kontak sedang dengan pemberi jasa (contohnya, konsultasi manajemen atau pemberian nasehat keuangan pribadi, dimana klien melakukan kunjungan awal ke kantor perusahaan tersebut tetapi kemudian melakukan interaksi yang relatif terbatas dengan penyedia jasa selama pemberian jasa).
- c. Jasa kontak rendah, memerlukan kontak langsung yang sangat sedikit, bahkan dapat saja tidak ada, antara pelanggan dan penyedia jasa. Sebaliknya, kontak terjadi jarak jauh melalui saluran distribusi fisik atau elektronik yang merupakan suatu kecenderungan yang tumbuh pesat dalam masyarakat yang mengutamakan kenyamanan dewasa ini. Baik pemrosesan perangsang pikiran (seperti radio dan televisi) dan pemroses informasi (seperti asuransi) masuk dalam kategori hubungan ini.

Tingkat kontak yang cenderung dimiliki bisnis jasa dengan pelanggannya merupakan faktor utama dalam mendefinisikan sistem jasa keseluruhan, yang meliputi tiga sub – sistem yaitu : pengoperasian jasa, penyerahan jasa dan pemasaran jasa. Peristiwa penting adalah pertemuan tertentu antara pelanggan dan penyedia jasa yang memuaskan atau tidak memuaskan bagi salah satu atau kedua belah pihak. Semakin besar keterlibatan pelanggan dalam produksi jasa, semakin besar kemungkinan mereka mempengaruhi jalannya proses dimana mereka terlibat. Beberapa peneliti berpendapat bahwa perusahaan harus melihat pelanggan sebagai “separuh karyawan” (*partial employee*), yang dapat mempengaruhi produktivitas dan kualitas proses jasa dan hasilnya (Lovelock dan Wright, 2007).

Mengelola pelanggan sebagai separuh karyawan membutuhkan penggunaan logika sumber daya manusia serupa sebagaimana dalam mengelola karyawan biasa suatu perusahaan dan sebaiknya mengikuti empat langkah berikut (Lovelock dan Wright, 2007) :

- a. Melakukan “analisis tugas” tentang peran pelanggan sekarang dalam bisnis tersebut dan membandingkannya dengan peran yang diinginkan perusahaan
- b. Menentukan apakah pelanggan mengetahui apa yang diharapkan untuk mereka kerjakan dan mempunyai keahlian yang diperlukan
- c. Memotivasi pelanggan dengan memastikan bahwa mereka akan mendapat imbalan apabila melakukannya dengan baik (misalnya, kepuasan karena kualitas yang lebih baik dan hasil yang lebih sesuai, kenikmatan karena berpartisipasi dalam proses yang sesungguhnya, atau keyakinan bahwa produktivitas mereka mempercepat proses tersebut dan mengakibatkan biaya tetap rendah)
- d. Secara teratur menilai kinerja pelanggan. Jika kinerja ini tidak memuaskan, cobalah mengubah peran mereka dan prosedur dimana mereka terlibat.

Pertemuan jasa membutuhkan lebih daripada sekadar pelaksanaan teknis yang benar dalam suatu tugas. Pertemuan tersebut juga melibatkan elemen – elemen manusia seperti sikap pribadi, sikap hormat, dan empati. Elemen – elemen ini membawa kita pada pemahaman karyawan yang emosional, yang didefinisikan sebagai tindakan mengekspresikan emosi – emosi yang tepat secara sosial selama transaksi jasa. Contohnya, beberapa pekerjaan membutuhkan karyawan jasa untuk bertindak dengan ramah terhadap pelanggan, yang lainnya harus tampak penuh dengan belas kasih, ketulusan, dan bahkan melupakan diri sendiri. Upaya untuk menyesuaikan diri dengan harapan – harapan pelanggan untuk dimensi – dimensi seperti itu dapat terbukti menjadi beban psikologis bagi beberapa petugas jasa ketika mereka menyaksikan diri sendiri harus memperlihatkan emosi yang tidak mereka rasakan. Karyawan kontak pelanggan menaati apa yang sering dinamakan sebagai aturan penampilan melalui akting dan ekspresi emosi yang spontan dan tulus (Lovelock dan Wright, 2007).

2.3.3 Karakteristik Pelanggan Rumah Sakit

Berbeda dengan pelanggan jasa lain, pelanggan rumah sakit memiliki karakteristik yang sangat spesifik. Pada jasa lain, pelanggan menggunakan jasa tersebut setelah melalui berbagai pertimbangan, diantaranya : adanya kebutuhan, manfaat yang ditawarkan, serta ketersediaan dana

untuk membayar. Namun, pada pasien rumah sakit, secara psikologis dia datang ke rumah sakit dalam keadaan “terpaksa”, sehingga ketika memilih rumah sakit sering tergantung pada kondisi dimana dia ingin segera memperoleh penanganan medis. Kerap kali seorang pasien dalam keadaan darurat harus mendapatkan tindakan atau perawatan medis di suatu rumah sakit yang sebenarnya bukan menjadi pilihan utama. Bahkan dia mungkin belum menyiapkan dana khusus untuk membayar tindakan medis yang harus diberikan padanya.

Kedatangan pasien ke rumah sakit yang bukan kehendak pribadi, pada umumnya karena faktor penyakit yang diderita. Dokter yang dirujuk atau dianggap mampu menangani penyakitnya hanya berpraktek di rumah sakit tersebut. Sering pula seorang pasien memilih suatu rumah sakit karena rumah sakit tersebut telah bekerja sama dengan perusahaan tempat dia bekerja, atau bekerja sama dengan asuransi yang dia miliki, sehingga dia tidak perlu membayar tindakan atau perawatan medis.

Dengan banyaknya rumah sakit saat ini, persaingan untuk mempertahankan pelanggan tidak lagi hanya dipengaruhi oleh faktor ketersediaan dokter dan kemudahan dalam pembayaran, tetapi juga oleh kualitas layanan yang diberikan kepada para pasien. Kepuasan pasien sangat ditentukan oleh faktor interaksi antara pasien dengan sumberdaya manusia yang ada di rumah sakit : mulai dari pasien itu datang, mendaftar dan menunggu antrian, mendapatkan tindakan medis, menunggu obat di apotek, membayar di kasir, hingga pulang. Semua proses itu akan mempengaruhi persepsi pasien terhadap kualitas layanan rumah sakit.

Sementara itu untuk pasien – pasien rawat inap, tingkat kepuasan dipengaruhi oleh proses pendaftaran, tindakan medis di Instalasi Gawat Darurat (IGD), kebersihan dan kenyamanan ruang rawat, sikap dan perilaku tenaga medis, paramedis, dan tenaga penunjang lainnya di ruangan, hingga kualitas dan rasa makanan yang diberikan (Setiawan, 2011).

2.3.4 Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik dipasar domestik (nasional) maupun dipasar internasional (global). Era globalisasi yang ditandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan teknologi informasi telah mengakibatkan terjadinya perubahan yang luar biasa. Para pelaku bisnis yang bergerak dibidang manufacturing maupun jasa pelayanan harus berperan aktif dan tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan pelanggan. Mereka harus berusaha melakukan perbaikan terus menerus atas produk jasa pelayanan untuk meningkatkan kepuasan

pelanggan pada setiap lini produk dan jasa pelayanan. Kemajuan teknologi dan informasi harus dimanfaatkan untuk meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan tersebut (Wijaya 2011).

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Maka dari itu, pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar segera mengetahui atribut apa dari suatu produk yang bisa membuat pelanggan tidak puas (Sutojo, 2003).

Agar tetap eksis, perusahaan harus memperhatikan perubahan kebutuhan pelanggan untuk memenangkan persaingan dari para competitor. Perusahaan perlu menyusun strategi dengan tujuan untuk menciptakan *brand image* yang mendalam bagi pengguna produk dan jasa pelayanan. Strategi tersebut dapat menjadi petunjuk arah dan pendorong motivasi untuk menciptakan langkah kreatif dan inovatif yang dapat membentuk keadaan masa depan. Tujuan akhir strategi tersebut adalah terciptanya kepuasan pelanggan. Kotler, dalam Wijaya 2011 mendefinisikan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer – oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.

b. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau calon pembeli produk perusahaan dan pesaing.

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting karena *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

d. Survey Kepuasan Pelanggan

Banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survey, baik dengan survey pos, telepon, maupun wawancara pribadi.

Salah satu cara untuk mengukur sikap pelanggan adalah dengan menggunakan kuesioner. Organisasi bisnis/perusahaan harus mendesain kuesioner kepuasan pelanggan yang secara akurat dapat memperkirakan persepsi pelanggan tentang mutu barang atau jasa. Menggunakan persepsi dan sikap pelanggan untuk memperkirakan mutu barang dan jasa, instrumen atau alat pengukuran kepuasan pelanggan harus benar – benar dapat mengukur dengan tepat persepsi dan sikap pelanggan tersebut. Kalau alat ukur tersebut kurang baik sehingga tak dapat mewakili pendapat pelanggan, keputusan berdasarkan informasi ini akan mengganggu tercapainya sukses bisnis, keputusan bisa salah. Sebaliknya, organisasi bisnis dengan informasi yang akurat tentang persepsi pelanggan, tentang mutu produk, akan dapat membuat keputusan yang lebih baik, khususnya di dalam memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para pelanggan sehingga mereka merasa puas dan dapat menjadi pelanggan yang loyal (Supranto, 2011).

Kepuasan pelanggan dinyatakan sebagai rasio (perbandingan) persepsi kualitas jasa yang didapatkan pelanggan dengan harapan pelanggan. Bila kepuasan pelanggan adalah Z, persepsi terhadap kualitas jasa yang dirasakan pelanggan adalah X dan harapan pelanggan terhadap pelayanan jasa adalah Y, maka kepuasan pelanggan adalah $Z = X / Y$. Bila $Z >$ atau $= 1$ berarti pelanggan puas karena persepsi pelanggan terhadap pelayanan jasa yang didapat sama dengan atau lebih besar dari harapan pelanggan terhadap pelayanan jasa. Apabila $Z < 1$ berarti pelanggan tidak puas karena persepsi pelanggan terhadap pelayanan jasa yang didapat lebih kecil dibandingkan dengan harapan pelanggan terhadap pelayanan jasa tersebut (Suratman, 2011).

Tingkat kepuasan juga dapat dihitung dengan mencari tingkat kesesuaian dengan rumus (Suratman, 2011) :

$$T_{ki} = X_i / Y_i \times 100\%$$

Keterangan :

T_{ki} : tingkat kesesuaian
X_i : skor persepsi
Y_i : skor ekspektasi
/ harapan

Ada dua teori kualitas jasa yang selama ini mendominasi dalam praktek manajemen jasa, yaitu (Setiawan , 2011) :

- a. Model Nordic, dimotori oleh Christian Gronroos dan kemudian dikembangkan oleh ahli lain dengan mengadopsi ketidaksesuaian dari pendekatan harapan. Model ini membandingkan pengalaman nyata dengan harapan pelanggan terhadap kinerja layanan. Jika harapan terpenuhi maka berarti terdapat kesesuaian. Kesesuaian ini bernilai positif jika ada perlakuan yang berlebih, dan bernilai negatif jika tidak demikian. Kualitas layanan dianggap baik atau tidak sengaja baik jika terdapat kesesuaian dan kesesuaian positif, tetapi dianggap buruk jika kesesuaian negatif.
- b. Model Service Quality (ServQual), pengembangan model ini dikembangkan oleh Parasuraman dan rekan – rekannya di Amerika Utara, dimana model ServQual dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*). Dengan kata lain, kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan atas layanan yang mereka terima. Model ServQual banyak digunakan oleh perusahaan untuk melakukan analisis kualitas jasa yang diberikan dan pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan pelanggan yang dipresentasikan oleh kesenjangan (gap) antara harapan dan persepsi pelanggan.

Servqual merupakan pemilihan skala yang ringkas namun memiliki tingkat dan kebenaran yang cukup tinggi yang dapat digunakan manajemen perusahaan agar lebih mengerti bagaimana persepsi konsumen dan harapan konsumen akan pelayanan diberikan. Dalam situasi ini, manajemen perusahaan bersikap seakan – akan sebagai pihak pembeli dan pengkonsumsi jasa (bukan penyedia jasa). Telah dicapai konsensus bahwa harapan pelanggan (*customer expectation*) memainkan peran yang penting sebagai standar perbandingan dalam mengevaluasi kualitas maupun kepuasan pelanggan. Konsep Servqual digunakan untuk menghitung gap antara persepsi konsesnsus terhadap jasa dan nilai ekspektasi atau harapan. Berikut adalah persamaannya (Wijaya, 2011) :

$$Q = P (\text{Perceived service}) - E (\text{Expected service})$$

Keterangan :

Q = Kualitas pelayanan (Quality of Service)

P = Perceived service atau persepsi akan layanan

E = Expected service atau harapan akan layanan

Dalam model tersebut terdapat lima kesenjangan (gap) yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu (Wijaya, 2011) :

- a. Kesenjangan antara pengharapan konsumen dan persepsi manajemen. Manajemen tidak selalu merasakan dengan tepat apa yang diinginkan pelanggan
- b. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa. Manajemen mungkin dapat merasakan keinginan pelanggan dengan tepat, tetapi tidak menetapkan standar kinerja yang spesifik.
- c. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Karyawan mungkin tidak dilatih dengan baik atau mereka mengemban terlalu banyak pekerjaan dan tidak mampu atau tidak mau memenuhi standar, atau mereka dihadapkan pada standar yang bertentangan.
- d. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Pengharapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh perwakilan dan iklan perusahaan.
- e. Kesenjangan antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan. Kesenjangan ini terjadi saat konsumen mengukur kinerja perusahaan dalam cara yang berbeda dan salah menilai (*misperceive*) kualitas jasa.

Dalam mengukur kepuasan pelanggan berdasarkan kelima dimensi tersebut diyakini bahwa organisasi dapat berhasil menentukan atas jawaban atau hambatan yang muncul dalam melaksanakan pelayanan yang berkualitas.

Evaluasi kepuasan pelanggan yang dilakukan secara terus menerus, diikuti dengan perbaikan – perbaikan pelayanan, serta pengelolaan yang efektif dan efisien akan membuat suatu rumah sakit mempunyai daya tahan dan daya saing yang tinggi, untuk menjaga kelangsungan rumah sakit dalam jangka panjang (Setiawan, 2011).

2.4 Loyalitas Pelanggan

2.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan

Loyalitas merupakan istilah kuno yang secara tradisional telah digunakan untuk melukiskan kesetiaan dan pengabdian kepada negara, cita – cita, atau individu. Dalam konteks

bisnis, loyalitas digunakan untuk melukiskan kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang, lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan suka rela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman – temannya (Lovell dan Wright, 2007).

Banyak perusahaan mengandalkan kepuasan pelanggan sebagai jaminan keberhasilan di kemudian hari tetapi kemudian kecewa mendapati bahwa para pelanggannya yang merasa puas dapat berbelanja produk pesaing tanpa ragu – ragu. Sebaliknya, loyalitas pelanggan tampaknya merupakan ukuran yang lebih dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan keuangan. Berbeda dari kepuasan, yang merupakan sikap, loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku pembeli. Pelanggan yang loyal adalah orang yang (Griffin, 2005) :

- a. Melakukan pembelian berulang secara teratur
- b. Membeli antar lini produk dan jasa
- c. Mereferensikan kepada orang lain
- d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing – pesaing

Istilah loyalitas seringkali diperdengarkan oleh pakar pemasaran maupun praktisi bisnis, loyalitas merupakan konsep yang tampak mudah dibicarakan dalam konteks sehari-hari, tetapi menjadi lebih sulit ketika dianalisa maknanya. Dalam banyak definisi Ali Hasan, 2008 menjelaskan loyalitas sebagai berikut :

- a. Sebagai konsep generik, loyalitas merek menunjukkan kecenderungan konsumen untuk membeli sebuah merek tertentu dengan tingkat konsistensi yang tinggi.
- b. Sebagai konsep perilaku, pembelian ulang kerap kali dihubungkan dengan loyalitas merek (*brand loyalty*). Perbedaannya, bila loyalitas merek mencerminkan komitmen psikologis terhadap merek tertentu, perilaku pembelian ulang menyangkut pembelian merek yang sama secara berulang kali.
- c. Pembelian ulang merupakan hasil dominasi dari berhasil membuat produknya menjadi satu-satunya alternatif yang tersedia, dan yang terus-menerus melakukan promosi untuk memikat dan membujuk pelanggan membeli kembali merek yang sama.

Menurut Kotler, 2012, loyalitas pelanggan dibangun dengan menciptakan ikatan yang kuat dengan pelanggan. Beberapa hal spesifik dalam membangun ikatan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menciptakan produk, jasa atau *experiences* untuk pasar yang ditargetkan
2. Partisipasi seluruh departemen didalam perusahaan didalam perencanaan dan mengelola kepuasan pelanggan dan proses retensi
3. Integrasi “*voice of customers*” terhadap apa yang menjadi kebutuhan pelanggan baik terucap maupun tidak terucap didalam keputusan bisnis
4. Mengorganisasi data dasar atau informasi yang dapat diakses tentang kebutuhan, preferensi, kontak, frekuensi pembelian dan kepuasan pelanggan
5. Memudahkan pelanggan untuk menghubungi seluruh staf perusahaan untuk memenuhi kebutuhan, persepsi dan komplain pelanggan
6. Penilaian frekuensi program yang potensial dan program *marketing clubs*
7. Menjalankan program penghargaan sebagai pengakuan terhadap karyawan yang sangat baik
8. Penilaian frekuensi program yang potensial dan program *marketing clubs*

Hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dapat dilihat dalam gambar berikut (Zeithaml, 2006) :



Gambar 2.1 : Hubungan kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan

Dari gambar di atas terlihat bahwa ada hubungan penting antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Hubungan ini sangat kuat saat pelanggan merasa puas sehingga banyak perusahaan hanya bertujuan untuk lebih memuaskan atau menyenangkan pelanggan mereka dibanding dengan loyalitas.

2.4.2 Proses Pembentukan Loyalitas Pelanggan

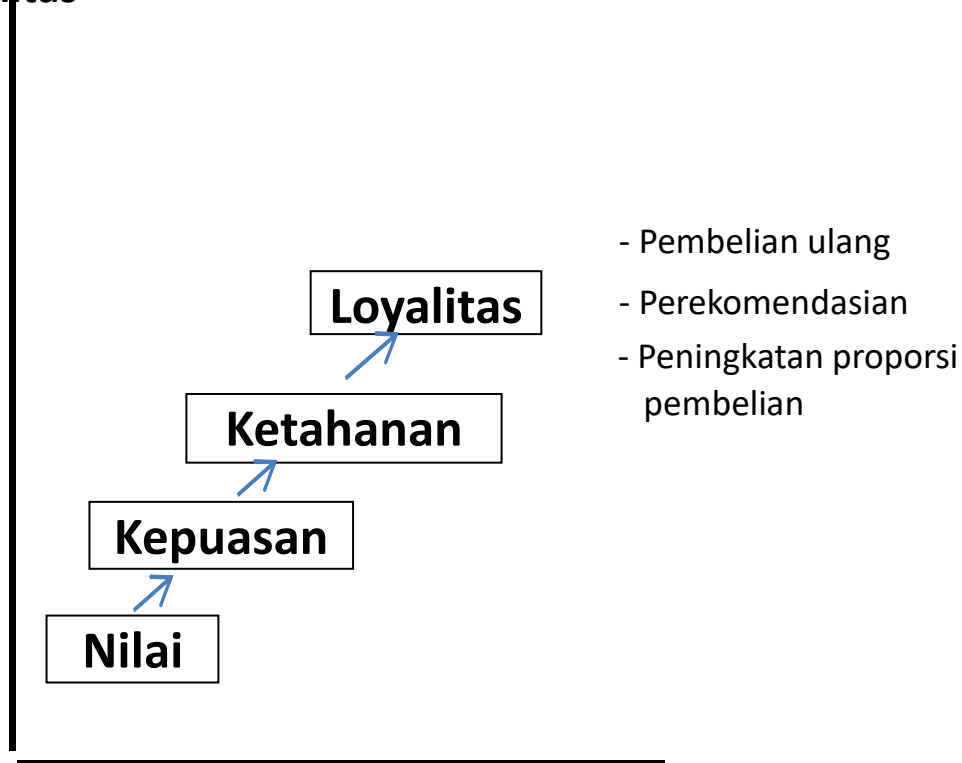
Orang tumbuh menjadi pelanggan yang loyal secara bertahap. Proses itu dilalui dalam jangka waktu tertentu, dengan kasih sayang, dan dengan perhatian yang diberikan pada tiap – tiap tahap pertumbuhan. Setiap tahap memiliki kebutuhan khusus. Dengan mengenali setiap tahap dan memenuhi kebutuhan khusus tersebut, perusahaan mempunyai peluang yang lebih besar untuk mengubah pembeli menjadi pelanggan yang loyal, yang dapat dijelaskan sebagai berikut (Griffin, 2005) :

- a. Tahap satu : *suspect*. Tersangka (*suspect*) adalah orang yang mungkin membeli produk atau jasa Anda. Kita menyebutnya tersangka karena kita percaya, atau “menyangka” mereka akan membeli, tetapi kita masih belum cukup yakin.
- b. Tahap dua : prospek. Prospek adalah orang yang membutuhkan produk dan jasa Anda dan memiliki kemampuan membeli. Meskipun prospek belum membeli dari Anda, ia mungkin telah mendengar tentang Anda, membaca tentang Anda, atau ada seseorang yang merekomendasikan Anda kepadanya. Prospek mungkin tahu siapa Anda, dimana Anda, dan apa yang Anda jual, tetapi mereka masih belum membeli dari Anda.
- c. Tahap tiga : prospek yang diskualifikasi. Prospek yang diskualifikasi adalah prospek yang telah cukup Anda pelajari untuk mengetahui bahwa mereka tidak membutuhkan, atau tidak memiliki kemampuan membeli, produk Anda.
- d. Tahap empat : pelanggan pertama – kali. Pelanggan pertama kali adalah orang yang telah membeli dari Anda satu kali. Orang tersebut bisa jadi merupakan pelanggan Anda dan sekaligus juga pelanggan pesaing Anda.
- e. Tahap lima : pelanggan berulang. Pelanggan berulang adalah orang – orang yang telah membeli dari Anda dua kali atau lebih. Mereka mungkin telah membeli produk yang sama dua kali atau membeli dua produk atau jasa yang berbeda pada dua kesempatan atau lebih.

- f. Tahap enam : klien. Klien membeli apapun yang Anda jual dan dapat ia gunakan. Orang ini membeli secara teratur. Anda memiliki hubungan yang kuat dan berlanjut, yang menjadikannya kebal terhadap tarikan pesaing.
- g. Tahap tujuh : penganjur (*advocate*). Seperti klien, pendukung membeli apapun yang Anda jual dan dapat ia gunakan serta membelinya secara teratur. Tetapi, penganjur juga mendorong orang lain untuk membeli dari Anda. Ia membicarakan Anda, melakukan pemasaran bagi Anda, dan membawa pelanggan kepada Anda.

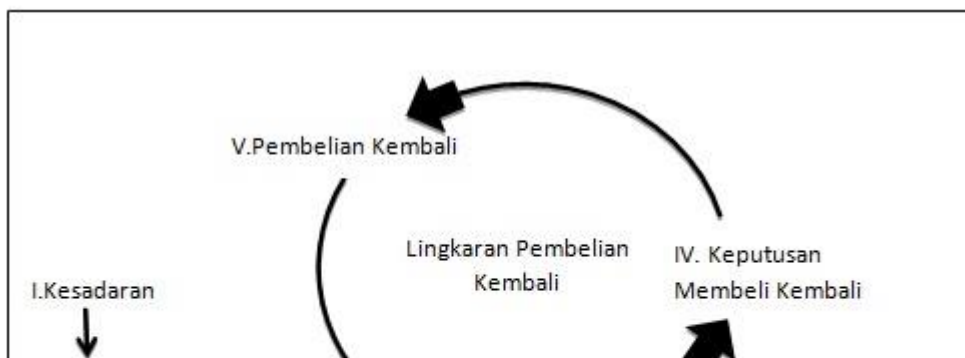
Tahapan untuk mencapai loyalitas dapat digambarkan sebagai berikut :

Penciptaan Loyalitas



Gambar 2.2 : Tahapan Loyalitas Pelanggan

Siklus pembelian menurut Griffin, 2005, dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.3 : Siklus Pembelian Menurut Griffin

- a. Langkah pertama : Kesadaran. Langkah pertama menuju loyalitas dimulai dengan kesadaran pelanggan akan produk Anda. Pada tahap inilah Anda mulai membentuk “pangsa pikiran” yang dibutuhkan untuk memposisikan ke dalam pikiran calon pelanggan bahwa produk atau jasa Anda lebih unggul dari pesaing.
- b. Langkah kedua : Pembelian Awal. Pembelian pertama kali merupakan langkah penting dalam memelihara loyalitas. Pembelian pertama kali merupakan pembelian percobaan, perusahaan dapat menanamkan kesan positif atau negatif kepada pelanggan dengan produk atau jasa yang diberikan, mudahnya transaksi pembelian aktual, hubungan dengan pegawai, lingkungan fisik dll.
- c. Langkah Ketiga : Evaluasi Pasca – Pembelian. Setelah pembelian dilakukan, pelanggan secara sadar atau tidak sadar akan mengevaluasi transaksi. Bila pembeli merasa puas, atau ketidak puasanya tidak terlalu mengecewakan sampai dapat dijadikan dasar pertimbangan beralih ke pesaing, maka keputusan membeli kembali merupakan kemungkinan.
- d. Langkah Ke Empat : Keputusan Membeli Kembali. Komitmen untuk membeli kembali merupakan sikap yang paling penting bagi loyalitas bahkan lebih penting dari kepuasan. Singkatnya, tanpa pembelian berulang, tidak ada loyalitas. Motivasi untuk membeli kembali berasal dari lebih tingginya sikap positif yang ditunjukkan terhadap produk atau jasa tertentu, dibanding sikap positif terhadap produk atau jasa alternatif yang potensial. Keputusan membeli kembali seringkali merupakan langkah selanjutnya yang terjadi secara alamiah bila pelanggan telah memiliki ikatan emosional yang kuat dengan produk tertentu.

- e. Langkah Ke Lima : Pembelian Kembali. Langkah akhir dalam siklus pembelian adalah pembelian kembali yang aktual. Untuk dapat dianggap benar – benar loyal, pelanggan harus terus membeli kembali dari perusahaan yang sama, mengulangi langkah ketiga sampai kelima (lingkaran pembelian kembali) berkali – kali. Hambatan terhadap peralihan dapat mendukung pelanggan untuk membeli kembali. Pelanggan yang benar – benar loyal menolak pesaing dan membeli kembali dari perusahaan yang sama kapan saja item itu dibutuhkan.

Dari gambar siklus pembelian tersebut menunjukkan bahwa , ada dua hal yang mempengaruhi seorang pelanggan melakukan pembelian ulang, yaitu : *evaluasi pasca pembelian* dan *keputusan membeli kembali*. Pelanggan secara sadar atau tidak sadar selalu akan mengevaluasi transaksi yang dilakukan. Bila pembeli merasa puas, atau ketidakpuasannya tidak terlalu besar sampai dijadikan dasar pertimbangan untuk beralih ke kompetitor, maka keputusan untuk melakukan pembelian ulang mungkin akan terjadi. Komitmen untuk membeli kembali merupakan sikap yang paling utama dari loyalitas pelanggan, bahkan lebih penting dari kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, tidak ada loyalitas tanpa melakukan pembelian ulang. Motivasi untuk melakukan pembelian ulang dilandasi oleh sikap positif yang lebih tinggi terhadap suatu produk dibandingkan sikap positif terhadap produk pesaing.

Menurut Griffin, 2005, untuk mempertahankan dan menumbuhkan loyalitas pelanggan, ada 2 faktor yang sangat menentukan :

1. Faktor keterikatan (*attachment*) yang tinggi terhadap produk tertentu dibandingkan terhadap produk pesaing. Keterikatan yang dirasakan oleh seorang pelanggan dibentuk oleh dua dimensi : *tingkat preferensi*. Yaitu seberapa besar keyakinan seorang pelanggan terhadap produk tertentu, serta oleh *tingkat diferensiasi* produk yang dipersepsikan. Kemampuan pelanggan membedakan produk perusahaan dibandingkan dengan produk pesaing secara signifikan menunjukkan keberhasilan melakukan diferensiasi produk.
2. Pembelian Ulang. Loyalitas tidak akan terwujud apabila seorang pelanggan tidak melakukan pembelian ulang. Model Kesetiaan Dua Dimensi, menurut Griffin, 2005, menggambarkan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh hubungan antara faktor keterikatan dengan pembelian ulang sebagaimana digambarkan dibawah ini :

		Pembelian Ulang	
		Tinggi	Rendah
Keterikatan Relatif	Tinggi	Loyalitas Premium	Loyalitas Tersembunyi
	Rendah	Loyalitas Lemah	Tak ada loyalitas

Gambar 2.4 : Empat Keterikatan Relatif

Keterikatan yang rendah digabung dengan pembelian ulang yang tinggi menghasilkan loyalitas yang lemah (*inertia loyalty*). Pelanggan jenis ini umumnya membeli karena faktor kebiasaan, dimana faktor nonsikap dan faktor situasi merupakan alasan utama membeli. Pelanggan yang memiliki keterikatan yang tinggi namun dengan pembelian ulang yang rendah menunjukkan loyalitas tersembunyi (*latent loyalty*), dimana pembelian ulang dipengaruhi oleh faktor situasi dan bukan oleh pengaruh sikap. Pelanggan yang memiliki keterikatan yang tinggi digabung dengan pembelian ulang yang tinggi menunjukkan pelanggan tersebut memiliki loyalitas premium. Pada tingkat ini, pelanggan bangga menggunakan produk/jasa tertentu dan senang membagi pengalaman mereka kepada rekan dan keluarga.

2.4.3 Pengukuran Loyalitas Pelanggan

Dalam mengukur kesetiaan, diperlukan beberapa atribut yaitu :

- a. Mengatakan hal yang positif tentang perusahaan kepada orang lain
- b. Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain yang meminta saran
- c. Mempertimbangkan bahwa perusahaan merupakan pilihan pertama dalam melakukan pembelian jasa
- d. Melakukan lebih banyak bisnis atau pembelian dengan perusahaan beberapa tahun mendatang.

Tingkat loyalitas konsumen terdiri dari empat tahap yaitu :

1. Loyalitas Kognitif, tahap dimana pengetahuan langsung maupun tidak langsung konsumen akan merek, manfaat dan dilanjutkan ke pembelian berdasarkan keyakinan akan superioritas yang ditawarkan. Dasar kesetiaan adalah informasi tentang produk atau jasa yang tersedia bagi konsumen.
2. Loyalitas Afektif, yaitu sikap *favorable* konsumen terhadap merek merupakan hasil dari konfirmasi yang berulang dari harapannya selama tahap *cognitively loyalty berlangsung*. Dasar kesetiaan konsumen adalah sikap dan komitmen terhadap produk dan jasa, sehingga telah terbentuk suatu hubungan yang lebih mendalam antara konsumen dengan penyedia produk atau jasa dibandingkan pada tahap sebelumnya.
3. Loyalitas Konatif, yaitu intensi membeli ulang sangat kuat dan memiliki keterlibatan tinggi yang merupakan dorongan motivasi.
4. Loyalitas Tindakan, yaitu menghubungkan penambahan yang baik untuk tindakan serta keinginan untuk mengatasi kesulitan seperti pada tindakan kesetiaan.

Enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen yaitu :

1. Pembelian ulang
2. Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut
3. Selalu menyukai merek tersebut
4. Tetap memilih merek tersebut
5. Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik
6. Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain

Dalam menempatkan pelanggan pada tengah pusaran aktifitas bisnis, diharapkan perusahaan selalu memperhatikan dan mengutamakan pelanggan dalam segala aktifitas maupun program yang dilakukan. Sehingga pelanggan menjadi pihak yang selalu didahulukan, dengan harapan akan merasa puas, nyaman, dan akhirnya menjadi loyal kepada perusahaan (Ristono, 2012).

Langkah pertama dalam membangun sistem loyalitas klien adalah berusaha mengenal terminologi dan variabel yang menentukan serta mendorong loyalitas, yang dapat dijelaskan sebagai berikut (Griffin, 2005) :

- a. Basis Klien. Ini merupakan seluruh jumlah pelanggan dan klien yang aktif. Anda dapat menghitung jumlah ini dengan menjumlahkan pelanggan pertama kali, pelanggan

berulang, dan klien. Adalah penting bahwa anda hanya menghitung pelanggan dan klien yang aktif dan telah melakukan pembelian atau kontak dengan Anda belakangan ini. Tolaklah godaan untuk memasukkan para pelanggan dan klien yang tidak aktif ke daftar ini. Bersikaplah jujur dan tidak mudah goyah sehingga hanya masukkan nama – nama yang sekarang aktif.

- b. Tingkat retensi pelanggan baru. Ini menunjukkan persentase pelanggan pertama kali yang kembali melakukan pembelian kedua dalam periode waktu tertentu. Periode waktu diatur oleh siklus pembelian berulang pelanggan Anda yang biasa. Misalnya, dalam industri salon rambut tidak lebih dari 90 hari jarak antar kunjungan ke salon, dengan demikian, untuk dapat digolongkan sebagai pelanggan yang dipertahankan, pelanggan salon pertama kali harus kembali melakukan kunjungan kedua dalam masa waktu 3 bulan.
- c. Tingkat retensi klien. Ini adalah persentase pelanggan yang telah memenuhi sejumlah khusus pembelian berulang selama periode waktu tertentu. Melanjutkan contoh salon rambut, seseorang dapat dianggap klien setelah melakukan lima kali kunjungan secara berturut – turut ke salon, dengan masing – masing kunjungan jatuh dalam rata – rata kerangka waktu pembelian berulang, dalam 90 hari atau kurang.
- d. Pangsa pelanggan. (*share of customer*). Ini adalah persentase jumlah pembelian pelanggan atas kategori produk dan jasa tertentu yang dibelanjakan ke perusahaan Anda. Penjual telah menangkap 100 persen pangsa pelanggan jika pelanggan tersebut mengeluarkan seluruh anggarannya untuk kategori produk dan jasa tertentu ke penjual tersebut. Salon yang pelanggannya membeli semua pelayanan perawatan rambutnya dari salon tersebut tetapi membeli sampo dan produk *styling* (juga tersedia di salon) di tempat lain telah menangkap 70 % pangsa pasar pelanggan bila 30% dari seluruh anggaran perawatan rambutnya dikeluarkan di luar salon ini. Pada tingkat loyalitas tertinggi, perusahaan secara konsisten memperoleh 100% pangsa pelanggan.
- e. Jumlah rata – rata pelanggan baru per bulan. Ini adalah rata – rata jumlah pelanggan pertama kali yang membeli dari perusahaan Anda setiap bulannya. Gunakan rentang waktu 6 bulan untuk mengkalkulasi angka ini.
- f. Frekuensi pembelian. Ini adalah frekuensi rata – rata seorang pelanggan atau klien membeli dari Anda per tahunnya.

- g. Jumlah pembelian rata – rata. Ini adalah jumlah rata – rata yang dibayar atas produk dan jasa pada setiap pembelian.
- h. Tingkat peralihan (*attrition rate*). Ini adalah persentase tahunan rata – rata pelanggan yang hilang atau menjadi tidak aktif karena suatu alasan, termasuk ketidakpuasan dan pindah lokasi.

2.4.4 Dasar – Dasar Program Loyalitas

Menurut Griffin, 2005, program loyalitas sebaiknya mengikuti kedelapan langkah sebagai berikut :

- a. Ukur dan telusuri loyalitas dengan menggunakan variabel – variabel dimana variabel tersebut dikalkulasi pada berbagai tingkatan, misalnya tingkat retensi total perusahaan, tingkat retensi pada masing – masing tenaga penjual professional dan tingkat retensi berdasar tim pelanggan atau kelompok lainnya.
- b. Perkenalkan terhadap semua pegawai perusahaan arti pentingnya loyalitas klien. Mulailah evaluasi kinerja bulanan terhadap para pegawai yang mengadakan kontak langsung dengan pelanggan. Gunakan faktor – faktor pengukuran loyalitas sebagai dasar tinjauan.
- c. Masukkan sasaran loyalitas pelanggan dan klien ke dalam pengukuran kinerja pegawai dan rencana kompensasi. Berilah bonus dan kenaikan gaji kepada pegawai yang menghasilkan tingkat loyalitas yang istimewa.
- d. Evaluasi dan tinjau kembali tingkat loyalitas setiap bulannya. Pertimbangkan untuk menempelkan tingkat loyalitas pelanggan pada ruang istirahat pegawai atau tempat lain yang mudah dilihat oleh pegawai.
- e. Libatkan para pegawai dalam mengembangkan dan mempertahankan program loyalitas. Masukan, rekomendasi, dan ide anggota staf dapat memainkan peran penting bagi keberhasilan program itu.
- f. Susunlah gabungan alat – alat pemasaran, penjualan, dan *customer care* yang ditujukan untuk memupuk loyalitas pada masing – masing tahapan pelanggan. Kembangkan setidaknya – tidaknya satu program loyalitas penting untuk setiap tahap pelanggan.

- g. Identifikasikan lima penyebab utama hancurnya loyalitas pelanggan di perusahaan contohnya kebijakan yang terlalu rumit untuk pengembalian barang yang dibeli dan lain – lain, dan kembangkan rencana untuk menghilangkannya.
- h. Lanjutkan dengan memodifikasi, *fine – tune*, dan *course – correct* sistem loyalitas. Waktu dan pengalaman langsung merupakan guru terbaik.

2.4.5 Manfaat Pelanggan Loyal

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Reichheld dan Sasser, dalam Setiawan 2011, makin lama seorang pelanggan bertahan, makin besar laba yang diperoleh perusahaan karena melayani mereka. Misalnya, laba yang diharapkan dari pelanggan perusahaan bengkel mobil pada tahun keempatnya adalah lebih dari tiga kali lipat laba yang dihasilkan oleh pelanggan yang sama pada tahun pertama. Suatu perusahaan dapat memperoleh laba sebesar 25 – 28% melalui peningkatan retensi pelanggan sebesar 5%. Ada empat faktor yang mendasari pertumbuhan laba dari pelanggan yang loyal. Faktor – faktor tersebut adalah (Setiawan, 2011) :

- a. Laba yang diperoleh dari peningkatan pembelian.
Masing – masing pelanggan mungkin akan membeli lebih banyak karena penambahan jumlah anggota keluarga atau karena mereka semakin makmur. Pelanggan loyal akan memutuskan tetap membeli dari perusahaan yang sama yang mampu memberikan pelayanan berkualitas tinggi.
- b. Laba dari biaya operasi yang berkurang
Biaya pemasaran menjadi berkurang karena biaya pengambilalihan pelanggan lebih tinggi dari pada biaya mempertahankan pelanggan. Selain itu, ketika pelanggan semakin berpengalaman terhadap produk atau perusahaan, mereka cenderung tidak banyak menuntut. Misalnya, mereka semakin kurang memerlukan informasi dan bantuan. Mereka juga semakin sedikit melakukan kesalahan ketika terlibat dalam proses operasional, sehingga semakin berkontribusi terhadap peningkatan produktivitas.
- c. Laba dari referensi kepada pelanggan lain.
Rekomendasi positif dari mulut ke mulut berfungsi sebagai iklan gratis yang akan menghemat biaya promosi perusahaan
- d. Laba dari harga yang tinggi

Pelanggan baru sering memperoleh keuntungan dari diskon promosi perkenalan, sedangkan pelanggan lama membayar dengan harga normal. Selain itu, apabila pelanggan mempercayai perusahaan, mereka akan bersedia membayar lebih mahal pada masa – masa sibuk atau untuk pelayanan yang selesai lebih cepat.

2.5 Pelayanan Petugas

Pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala bentuk aktivitas yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain atau pelanggan dengan tujuan dapat memberikan kepuasan pelanggan yang bersangkutan atas barang atau jasa yang diberikan. Pelayanan mengandung pengertian terdapatnya dua unsur atau kelompok orang yang masing-masing membutuhkan karena itu peranan dan fungsi yang melekat pada masing-masing unsur tersebut berbeda. Pelayanan terimplisit pengertian di dalamnya dan berbagai faktor yang menentukan, yaitu faktor manusia yang melayani, alat atau fasilitas yang digunakan untuk memberikan pelayanan, mekanisme kerja yang digunakan dan bahkan sikap masing – masing orang yang memberi pelayanan dan yang dilayani (Lupiyaodi, 2006) .

Beberapa jenis pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura yang diharapkan oleh pelanggan yang diperoleh dari hasil pembagian angket yang diberikan kepada pelanggan antara lain adalah

1. Ramah

Arti kata “ramah” adalah baik hati dan menarik budi bahasanya, manis tutur kata dan sikapnya, suka bergaul dan menyenangkan di pergaulan : memang menyenangkan bergaul dengan orang, banyak tawa dan banyak bicara (Hasan, 2008).

2. Komunikatif

Arti kata “komunikatif” adalah dalam keadaan saling dapat berhubungan (mudah dihubungi); mudah dipahami (dimengerti). Mampu komunikatif artinya kemampuan seseorang untuk mempergunakan bahasa yang secara sosial dapat diterima dan memadai (Hasan, 2008).

3. Cepat

Arti kata “cepat” adalah sebagai berikut: Dalam waktu singkat dapat menempuh jarak cukup jauh perjalanan, gerakan, kejadian, dsb); laju; deras ; Cekatan; tangkas; terdahulu tentang arloji, jam) maju; mendahului; dalam waktu singkat; lekas; segera (Hasan, 2008).

4. Teliti

Arti kata “teliti” adalah sebagai berikut: cermat; seksama; hati-hati; ingat-ingat (Hasan, 2008).

5. Sopan

Arti kata “sopan” adalah sebagai berikut: hormat dan takzim (akan, kepada); beradab (tingkah laku, tutur kata, pakaian, dsb); baik kelakuan (Hasan, 2008).

2.6 Fasilitas Pelayanan

Fasilitas pelayanan adalah sesuatu yang berwujud (*tangible*) yang meliputi aspek desain interior dan eksterior ruangan, kebersihan dan kenyamanan, kelengkapan ruangan atau gedung, kerapihan dan kebersihan petugas, kelengkapan dan kecanggihan peralatan yang ada (Suratman, 2011).

Beberapa jenis fasilitas yang diharapkan oleh pelanggan yang datang di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura antara lain adalah :

1. Bangku ruang tunggu nyaman (sofa)

Pengertian sofa secara umum dapat diartikan sebagai kursi panjang yang memiliki lengan dan sandaran, berlapis busa dan *upholstery* (kain pelapis). Istilah sofa berasal dari kata *sopha* yang memiliki arti sebagai tempat duduk seperti dipan/tempat tidur (Grahita, 2012)

2. Adanya Sistem Antrian

Antrian adalah suatu kejadian yang biasa dalam kehidupan sehari – hari. Antrian timbul disebabkan oleh kebutuhan akan layanan melebihi kemampuan (kapasitas) pelayanan atau fasilitas layanan, sehingga pengguna fasilitas yang tiba tidak segera mendapat layanan disebabkan kesibukan layanan. Pada banyak hal, tambahan fasilitas pelayanan dapat diberikan untuk mengurangi antrian atau untuk mencegah timbulnya antrian. Sering timbulnya antrian yang panjang akan mengakibatkan hilangnya nasabah/pelanggan. Ada tiga komponen dalam sistem antrian , yaitu (Poerwanto, 2012) :

- a. Populasi dan cara kedatangan pelanggan datang ke dalam sistem
- b. Sistem pelayanan

c. Kondisi pelanggan saat keluar sistem

3. Televisi (TV)

Menurut pengertian para ahli, Televisi adalah alat penangkap siaran bergambar, yang berupa audio visual dan penyiaran videonya secara *broadcasting*. Istilah ini berasal dari bahasa Yunani yaitu *tele* (jauh) dan *vision* (melihat), jadi secara harfiah berarti “melihat jauh”, karena pemirsa berada jauh dari studio TV (Tamimi, 2010).

Televisi merupakan media komunikasi yang menyediakan berbagai informasi yang *up date* . dan menyebarkannya kepada khalayak umum. Dalam Baksin (2006) mendefinisikan bahwa :“Televisi merupakan hasil produk teknologi tinggi (*hi-tech*) yang menyampaikan isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak”. Menurut ensiklopedia Indonesia dalam Pawardi (2004) lebih luas lagi dinyatakan bahwa :” Televisi adalah system pengambilan gambar, penyampaian, dan penyuguhan kembali gambar melalui tenaga listrik. Gambar tersebut ditangkap dengan kamera televise, diubah menjadi sinyal listrik, dan dikirim langsung lewat kabel listrik kepada pesawat penerima”. Berdasarkan kedua pendapat di atas menjelaskan bahwa televisi adalah sistem elektronis yang menyampaikan suatu isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak dan merupakan sistem pengambilan gambar , penyampaian, dan penyuguhan kembali gambar melalui tenaga listrik (Tamimi, 2010).

4. *Air Conditioner* (AC)

Air Conditioner (AC) adalah perangkat teknik untuk mengkondisikan lingkungan untuk berbagai keperluan. Pengkondisian lingkungan adalah usaha untuk mengatur dan mengontrol besaran-besaran yang memenuhi kondisi tertentu yaitu kondisi yang lain daripada yang diberikan oleh iklim alam dengan cara non alamiah. Manusia selalu menginginkan kondisi lingkungan yang serba nyaman (*comfortable*). Beberapa alat elektronik dan telekomunikasi juga memerlukan suatu kombinasi tertentu dari besaran-besaran iklim, agar alat-alat tersebut dapat berfungsi secara baik dan mempunyai daya tahan yang lama. Pengkondisian udara atau ruang pada umumnya meliputi usaha-usaha sebagai berikut (Hendri, 2010) :

- a. Menurunkan atau meninggikan suhu udara atau ruang sampai harga yang konstan
- b. Menurunkan atau meninggikan kelembaban udara dan kemudian dipelihara konstan
- c. Menimbulkan udara dalam jumlah dan kecepatan tertentu

Ketiga persyaratan di atas harus dipenuhi untuk AC yang baik.

5. *Bell* di *counter* Farmasi

Adanya *bell* di *counter* Farmasi adalah dimaksudkan sebagai alat penunjang (fasilitas) yang dapat digunakan pasien/pelanggan untuk memanggil petugas Instalasi Farmasi pada saat tidak ada petugas di *counter* Farmasi sehingga dengan adanya alat tersebut dapat membantu mempercepat pelanggan untuk dapat segera mendapatkan pelayanan.

BAB 3

GAMBARAN UMUM RUMAH SAKIT ISLAM JAKARTA SUKAPURA

3.1 Sejarah Pendirian RSI Jakarta Sukapura

Rumah Sakit Islam Jakarta Sukapura adalah salah satu rumah sakit Amal Usaha Muhammadiyah. Gagasan pembangunan rumah sakit ini, didasari oleh keinginan para pendiri Rumah Sakit Islam, agar umat Islam di Indonesia memiliki rumah sakit yang bernafaskan Islam. Dr. H. Kusnadi yang merupakan seorang tokoh Muhammadiyah, tergugah dan mulai berupaya mewujudkan rumah sakit yang penyelenggaraannya dan pelayanannya berciri Islami.

Dokter Subki Abdul Kadir yang saat itu menjabat Direktur Utama Rumah Sakit Islam Jakarta Cempaka Putih yang memprakarsai pendirian Rumah Sakit Islam di atas tanah seluas 16.808 m², yang beralamat di Jl. Tipar Cakung No. 5 Sukapura Jakarta Utara yang sekarang dikenal dengan nama Rumah Sakit Islam Jakarta Sukapura. Rumah Sakit ini adalah rumah sakit keempat milik Muhammadiyah di Jakarta yang dibangun atas bantuan berbagai pihak, terutama dari BAZIS DKI Jakarta senilai Rp. 500.000.000 (Lima ratus juta rupiah) . Saat ini Rumah Sakit Islam Jakarta Sukapura memiliki nomor telepon yang bisa dihubungi, yaitu 021.4400778/4400779/4400781, Fax : 021. 4400782, dengan Website : rsijsukapura.co.id , Email : rsijsukapura@gmail.com

Rumah Sakit ini diresmikan pada tanggal 4 Mei 1992 oleh Menteri Agama RI saat itu, Prof. DR. Munawir Sadzali , MA . Unit - unit pelayanan yang ada pada saat itu masih sangat terbatas , yaitu Rawat Jalan, Instalasi Gawat Darurat (UGD), Apotek, Laboratorium, dan Rawat Inap dengan kapasitas hanya 26 Tempat Tidur (TT) . Seiring dengan perkembangan zaman, dan tuntutan masyarakat terhadap fasilitas pelayanan suatu Rumah Sakit maka Rumah Sakit Islam Jakarta Sukapura senantiasa berupaya melakukan pengembangan diantaranya dengan melengkapi fasilitas pelayanan, memperbaiki kesisteman penyelenggaraan, serta merekrut tenaga-tenaga profesional sesuai kebutuhan .

2.2 Falsafah dan Visi Misi RSI Jakarta Sukapura

Rumah Sakit Islam Jakarta Sukapura , memiliki Falsafah, Visi, Misi, Motto, Tujuan dan Mutu sebagai berikut :

- **FALSAFAH** : Institusi pelayanan sosial masyarakat sebagai pusat pelayanan kesehatan terkemuka yang berorientasi kepada implementasi dakwah dengan pelayanan bermutu .
- **VISI** : Pada tahun 2015, RSIJ Sukapura sebagai rumah sakit dengan pelayanan terbaik yang peduli kepada kaum dhu'afa dan pusat perkaderan persyarikatan Muhammadiyah bidang kesehatan se-Jakarta Utara
- **MISI** :
 1. RSIJ Sukapura memberikan pelayanan yang bermutu secara Profesional dan Islami dengan konsep “Melayani dengan Hati” kepada seluruh masyarakat tanpa membedakan latar belakang dan status sosialnya.
 2. RSIJ Sukapura memberikan pelayanan kesehatan rujukan yang bermutu, untuk wilayah Jakarta Utara dengan unggulan di bidang fetomaternal dan anak serta kegawat daruratan medis.
 3. RSIJ Sukapura melaksanakan seluruh aktivitasnya berorientasi kepada dakwah dalam arti yang seluas-luasnya
 4. RSIJ Sukapura meningkatkan mutu SDM dan perkaderan Muhammadiyah bidang kesehatan.
- **MOTTO** : “Bekerja sebagai Ibadah, Ihsan dalam Pelayanan, Hari esok harus lebih baik dari hari ini”
- **TUJUAN** : Terwujudnya derajat kesehatan masyarakat yang setinggi-tingginya melalui pendekatan pemeliharaan kesehatan (promotif), pencegahan penyakit (preventif) , penyembuhan penyakit (kuratif) dan pemulihan kesehatan (rehabilitatif) yang dilaksanakan secara menyeluruh sesuai dengan peraturan perundang-undangan serta tuntutan ajaran Islam untuk seluruh lapisan masyarakat dengan tidak memandang agama, golongan, dan kedudukan .
- **MUTU** : “Melayani dengan HATI” :
 1. Melayani pelanggan dengan mengaplikasikan suara-suara hati nan fitrah atau Asma'ul Husna, sehingga pelanggan mendapat kenyamanan, kemudahan dan segala kebutuhan terpenuhi serta terjalin hubungan yang diilhami ahlak mulia.
 2. Melayani pelanggan dengan mekanisme kerja :
 - a. **HATI** : Hangat, Akurat, Tuntas & Ikhlas
 - b. **5 P** : Positive, Passionate, Proactive,

Progressive, Productive.

- c. Rukun Ihsan : Cermat, Akurat, Tertib, Hemat, Sabar, Ikhlas.

2.3 Fasilitas Pelayanan di RSI Jakarta Sukapura

Rumah Sakit Islam Jakarta Sukapura saat ini telah memiliki fasilitas pelayanan dan kesisteman penyelenggaraan yang cukup memadai , diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Memiliki klinik spesialis rawat jalan , yang terdiri dari 19 klinik Spesialis dan Sub Spesialis yang berlokasi satu area dengan unit penunjang lainnya. RS. Islam Jakarta Sukapura melayani pasien dengan jaminan : Pribadi, Perusahaan, Asuransi dan BPJS.
2. Rawat Inap memiliki 155 tempat tidur terdiri dari : 6 TT Kelas VIP, 4 TT Kelas I, 33 TT Kelas II, 92 TT Kelas 3, 8 TT Isolasi, 6 TT Perinatologi, dan 6 TT ICU.
3. Pelayanan Intensif yang ada di RSI Jakarta Sukapura , meliputi :

a. ICU (*Intensive Care Unit*)

Pasien-pasien yang memerlukan terapi intensif untuk mendukung fungsi organ-organ vital dan yang memerlukan monitoring intensif dan didukung peralatan medis yang lengkap, seperti mesin bantu nafas dan alat monitoring hemodinamik. Ruang ICU memiliki 6 tempat tidur serta ditangani oleh dokter spesialis dan subspecialis dan perawat terlatih dan bersertifikat dibidangnya.

b. Perina

RS. Islam Jakarta Sukapura menyediakan ruang rawat inap bayi baru lahir yang perlu penanganan dan pengawasan khusus. Ruang perawatan khusus bayi ini ditangani oleh dokter spesialis dan perawat yang handal dan berpengalaman serta bersertifikat di bidangnya. Perinatologi mempunyai 6 tempat tidur yang dilengkapi peralatan seperti alat bantu nafas bayi dll.

c. Kamar Bedah

Tindakan yang dilakukan di kamar bedah meliputi pembedahan sederhana sampai kompleks, yang terjadwal maupun darurat. Dilakukan pula tindakan bedah *one day care*, bagi pasien yang pulang pada hari yang sama setelah dilakukan operasi. Untuk menjamin keselamatan pasien sesudah tindakan bedah, pasien dirawat sementara di ruang pemulihan yang dilengkapi dengan alat monitoring sampai kondisi pasien stabil.

d. Hemodialisa

Hemodialisa merupakan fasilitas Pelayanan khusus untuk pasien dalam keadaan Gagal ginjal terminal, kronik maupun akut .

e. Unit MCU (*Medical Check Up*)

Untuk mengetahui kondisi kesehatan, rumah sakit menyediakan pelayanan pemeriksaan kesehatan di Unit *Medical Check Up*. Pemeriksaan kesehatan dilaksanakan oleh dokter umum, Gigi, spesialis dalam, THT, Kebidanan & Kandungan, dan spesialis lainnya.

4. RSI Jakarta Sukapura memiliki pelayanan 24 jam terdiri dari :

a. Instalasi Gawat Darurat (IGD)

Instalasi Gawat Darurat dilengkapi dengan peralatan memadai untuk pelayanan kegawat-daruratan secara cepat dan tepat.

b. Laboratorium

Pemeriksaan laboratorium dilakukan untuk membantu menegakan diagnosa dan pengelolaan penyakit.

c. Radiologi

RS. Islam Jakarta Sukapura memiliki alat-alat radiologi diantaranya sebagai berikut :

- Sinar-X Konvensional, untuk foto dada, tulang, abdomen (saluran cerna dan kemih)
- Ultrasonografi (USG) untuk mendeteksi kelainan pada organ abdomen

d. Farmasi

Untuk memberikan kenyamanan pada pasien atau keluarganya yang akan menebus resep di Farmasi, pelayanan farmasi di RSI Jakarta Sukapura dibedakan menjadi dua tempat yaitu pelayanan resep untuk pasien rawat jalan dan pelayanan resep untuk pasien rawat inap .

e. Kamar bedah

f. Pelayanan jenazah

g. Ambulance

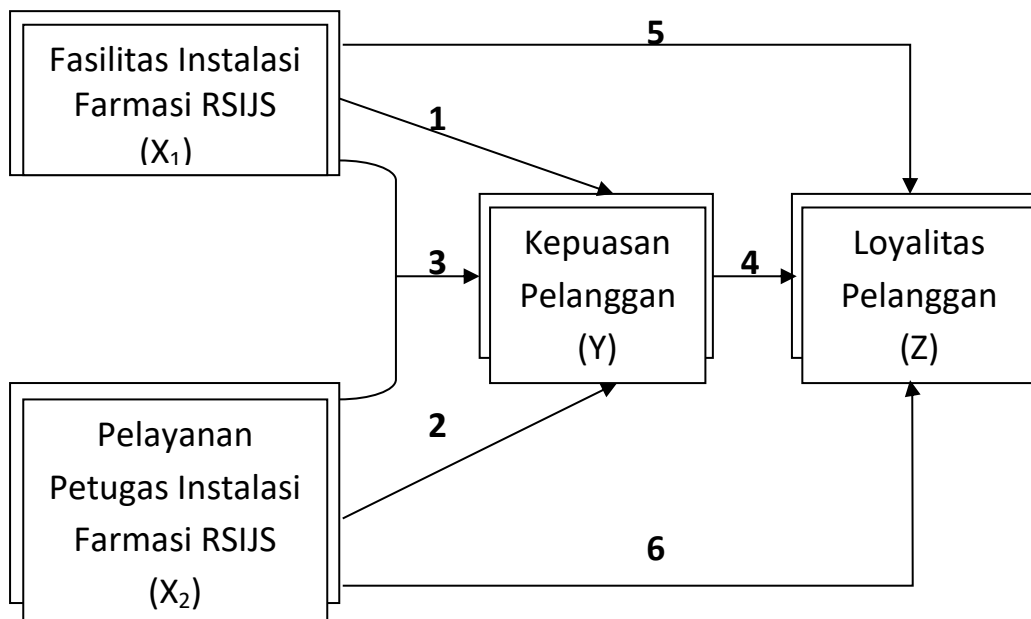
h. Transmedik (Jemput Pasien Ranap Gratis)

BAB 4

KERANGKA KONSEP DAN METODE PENELITIAN

4.1 Kerangka Konsep

Kerangka konsep dalam penelitian dapat diartikan sebagai pola yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis, dan teknik analisis statistik yang akan digunakan (Sugiyono, 2012). Bentuk model hubungan antar variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 4.1 : Kerangka Konsep Penelitian

Dari gambar tersebut terlihat bahwa hubungan variabelnya adalah model jalur. Pada model ini teknik analisis statistik yang digunakan dinamakan *path analysis* (analisa jalur). Analisis utama yang dilakukan adalah untuk menguji konstruk jalur apakah teruji secara empiris atau tidak. Analisis selanjutnya dilakukan untuk mencari pengaruh langsung dan tidak langsung dengan menggunakan korelasi dan regresi sehingga dapat diketahui untuk sampai pada variabel dependen terakhir (Z), harus lewat jalur jalur langsung atau melalui variabel intervening yang berfungsi sebagai jalur antara (Y) (Sugiyono, 2012).

Manfaat model *path analysis* adalah untuk (Riduwan, 2007) :

1. Penjelasan (*explanation*) terhadap fenomena yang dipelajari atau permasalahan yang diteliti
2. Prediksi nilai variabel terikat (Y) berdasarkan nilai variabel bebas (X) dan prediksi dengan *path analysis* ini bersifat kualitatif
3. Faktor diterminan yaitu penentuan variabel bebas (X) mana yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat (Y), juga dapat digunakan untuk menelusuri mekanisme (jalur – jalur) pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)
4. Pengujian model, menggunakan *theory trimimg*, baik untuk uji reliabilitas (uji keajegan) konsep yang sudah ada ataupun uji pengembangan konsep baru.

4.2 Hipotesis Penelitian

Perumusan hipotesis penelitian merupakan langkah ketiga dalam penelitian, setelah peneliti mengemukakan landasan teori dan kerangka konsep. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta – fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik (Sugiyono, 2012).

Berdasarkan pada data yang sebelumnya telah dipaparkan diatas, maka hipotesis (H) dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H₁ : Fasilitas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X₁) berpengaruh terhadap Y (kepuasan pelanggan)
- H₂ : Pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X₂) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y)
- H₃ : Fasilitas dan Pelayanan Petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X₁ dan X₂) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y)
- H₄ : Kepuasan pelanggan (Y) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Z)
- H₅ : Fasilitas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X₁) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Z)

- H₆ : Pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X₂) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Z)
- H₇ : Fasilitas (X₁), pelayanan petugas (X₂) dan kepuasan pelanggan (Y) di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Z)

4.3 Variabel Penelitian

4.3.1 Klasifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya, (Sugiyono, 2012).

Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, maka variabel dalam penelitian ini dapat diibedakan menjadi :

- Variabel *Independen*, variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat), (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini sebagai variabel bebas (X) ada dua variabel meliputi (X₁) yaitu fasilitas yang tersedia di Instalasi Farmasi (Televisi, *Air Conditioner* / AC, kursi ruang tunggu yang nyaman/ sofa, sistem antrian dan *bell* di *counter* Farmasi) dan (X₂) yaitu pelayanan petugas Instalasi Farmasi yang meliputi ramah, komunikatif, cepat, teliti dan sopan.
- Variabel *Dependen*, sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekwen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini sebagai variabel terikat (Z) adalah Loyalitas Pelanggan.
- Variabel *intervening*, adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung

mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini sebagai variabel intervening (Y) adalah Kepuasan Pelanggan.

4.3.2 Definisi Operasional Variabel

Ruang lingkup atau pengertian variabel-variabel yang diamati dan diteliti, perlu diberi batasan atau definisi operasional, yakni sebagai berikut:

Tabel 4.2 : Tabel Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
1	Fasilitas (X ₁)	<p>Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi, fasilitas merupakan sesuatu yang berwujud (<i>tangibles</i>) (Suratman, 2011), terdiri dari :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sofa, yang dapat diartikan sebagai kursi panjang yang memiliki lengan dan sandaran, berlapis busa dan <i>upholstery</i> (kain pelapis). 2. Sistem antrian, yang timbul disebabkan oleh kebutuhan akan layanan melebihi kemampuan (kapasitas) pelayanan atau fasilitas layanan, 	<p>Kenyamanan Tempat duduk,waktu tunggu pelayanan terasa tidak melelahkan,desain dan bahan,kebersihan, penempatan Kejelasan waktu tunggu, kenyamanan, mekanisme,</p>	<p>Alat Ukur : Kuesioner Cara Ukur : Sebar Kuesioner Skala Ukur : Interval Hasil Ukur : 1.Sangat Tidak Setuju 2.Kurang Setuju 3.Cukup Setuju 4.Setuju 5.Sangat Setuju</p>

		<p>sehingga pengguna fasilitas yang tiba tidak segera mendapat layanan disebabkan kesibukan layanan.</p> <p>3. Televisi/TV adalah alat penangkap siaran bergambar, yang berupa audio visual dan penyiran videonya secara <i>broadcasting</i></p> <p>4. <i>Air Conditioner</i> (AC) adalah perangkat teknik untuk mengkondisikan lingkungan untuk berbagai keperluan</p> <p>5. Bell di <i>counter</i> Farmasi adalah dimaksudkan sebagai alat penunjang (fasilitas) yang dapat digunakan pasien/pelanggan untuk memanggil petugas Instalasi Farmasi pada saat tidak ada petugas</p>	<p>kemudahan , ketertiban dan kedisiplinan penerapan sistem antrian</p> <p>Fleksibilitas pelanggan, pilihan chanel, kejelasan gambar dan suara, penempatan, fungsi sebagai hiburan</p>	
--	--	--	--	--

		yang ada di <i>counter</i> Farmasi	<p>Kenyamanan suhu, fleksibilitas pelanggan, pemeliharaan, fungsi remote AC, penempatan</p> <p>Kemudahan memanggil petugas, kecepatan tanggapan, kesiapan dan kesigapan petugas, fungsi bell, penempatan</p>	
2	Pelayanan Petugas (X2)	<p>Semua bentuk aktivitas yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain atau pelanggan dengan tujuan memberikan kepuasan pelanggan atas barang atau jasa yang diberikan (Lupiyaodi,2006), yang terdiri dari :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ramah , adalah baik hati dan menarik budi bahasanya,manis tutur kata dan sikapnya, suka bergaul dan 		<p>Alat Ukur : Kuesioner</p> <p>Cara Ukur : Sebar Kuesioner</p> <p>Skala Ukur : Interval</p> <p>Hasil Ukur :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Sangat Tidak Setuju 2.Tidak Setuju 3.Cukup Setuju 4.Setuju 5.Sangat Setuju

		<p>menyenangkan di pergaulan</p> <p>2. Komunikatif, h dalam keadaan saling dapat berhubungan (mudah dihubungi); mudah dipahami (dimengerti)</p> <p>3. Cepat, adalah dalam waktu singkat dapat menempuh jarak cukup jauh perjalanan, gerakan, kejadian,dsb)</p> <p>4. Teliti, adalah sebagai berikut: cermat; seksama; hati-hati; ingat-ingat</p> <p>5. Sopan, adalah sebagai berikut: hormat dan takzim (akan, kepada); beradab (tingkah laku, tutur kata, pakaian, dsb); baik kelakuan</p>	<p>Tersenyum, bertutur bahasa baik, akrab, terbuka, 77urve dan menyenangkan</p> <p>Mudah dipahami, mudah dihubungi, mampu memahami keluhan pelanggan, mudah berkomunikasi, sikap dan bahasa tubuh yng baik saat berkomunikasi</p> <p>Sigap, cekatan, tidak berbelit – belit, segra, efisiensi waktu</p>	
--	--	---	---	--

			Benar, cermat, seksama, tepat, tingkat kesalahan sangat rendah Rapi, hormat, baik dan beradab, mampu menempatkan diri, bertutur kata baik	
3	Kepuasan Pelanggan (M)	Kepuasan adalah suatu keadaan yang dirasakan oleh seseorang (klien/pasien) setelah mengalami suatu tindakan atau hasil dari tindakan yang memenuhi harapan – harapannya.(Hartono, 2010)	Manfaat yang besar, pelayanan petugas sesuai harapan, menyenangkan, pelayanan baik, fasilitas sesuai harapan	Alat Ukur : Kuesioner Cara Ukur : Sebar Kuesioner Skala Ukur : Interval Hasil Ukur : 1.Sangat Tidak Setuju 2.Tidak Setuju 3.Cukup Setuju 4.Setuju 5.Sangat Setuju

4	Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas digunakan untuk melukiskan kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang, lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan suka rela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman – temannya (Lovelock dan Wright, 2005).	Membeli kembali, mereferensikan kepada saudara dan teman, tidak tertarik ke tempat lain, berobat blagi ke RS bila perlu, setia menjadi pelanggan tetap	Alat Ukur : Kuesioner Cara Ukur : Sebar Kuesioner Skala Ukur : Interval Hasil Ukur : 1.Sangat Tidak Setuju 2.Tidak Setuju 3.Cukup Setuju 4.Setuju 5.Sangat Setuju
---	-------------------------	---	--	---

4.4 Metode Penelitian

4.4.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian analisis deskriptif dengan pendekatan *Cross Sectional Reseach* (Penelitian Lintas Seksi), penelitian ini dilakukan dengan mengambil satu sampel responden dari suatu target populasi dan informasi yang diperoleh dari sampel ini hanya diambil sekali saja (Murti, dalam Suratman , 2011).

Penelitian ini dikhususkan pada loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh fasilitas yang diharapkan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura yaitu Televisi, *Air Conditioner* (AC), kursi ruang tunggu yang nyaman (sofa), adanya sistem antrian, adanya *bell* di *counter* farmasi dan pelayanan petugas yaitu ramah, komunikatif, cepat, teliti dan sopan.

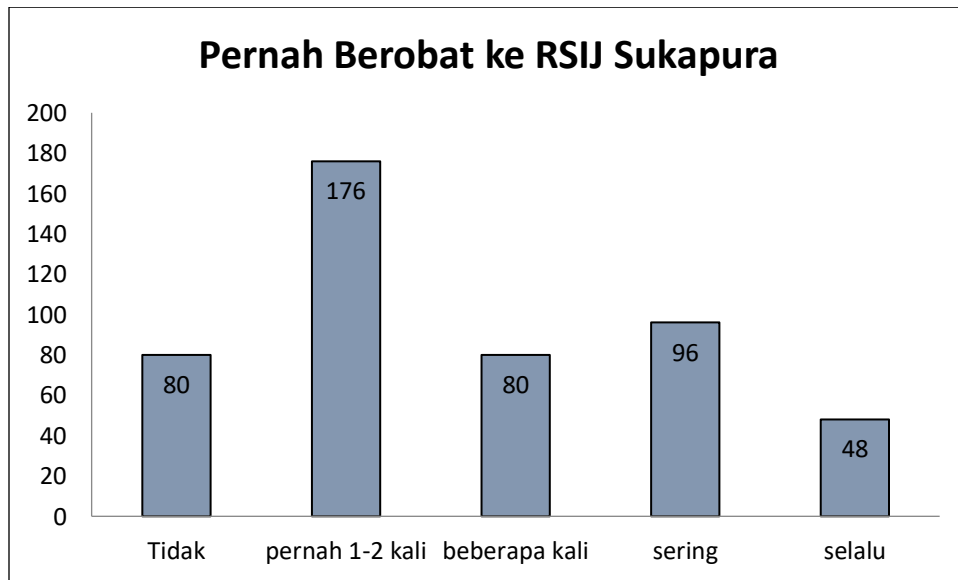
Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, yaitu dengan memberikan kuesioner kepada pelanggan selaku responden yang terpilih dan setuju untuk ikut berpartisipasi dalam penelitian ini pada saat menebus resep di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura dan diisi oleh responden pada saat itu juga.

4.4.2 Populasi dan sampel

4.4.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi obyek penelitian atau populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat – syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian (Riduwan, 2007).

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan rawat jalan yang sudah pernah berobat Rawat Jalan paling sedikit tiga kali di RSIJ Sukapura yang sedang menunggu pelayanan resep di Instalasi Farmasi Pelayanan Rawat Jalan. Dari survey yang dilakukan oleh bagian pemasaran RSI Jakarta Sukapura terhadap 480 pelanggan pada bulan November 2014 adalah seperti grafik berikut :



Gambar 4.1 : Grafik Jumlah Pelanggan RSIJ Sukapura yang Berkunjung pada Bulan November 2014 berdasarkan Berapa Sering Berobat

Dari grafik tersebut dapat diketahui bahwa pelanggan yang pernah berobat lebih dari 2 kali adalah sebesar $= (224 : 480) \times 100\% = 47\%$. Perhitungan jumlah populasi dalam penelitian ini

dilakukan dengan menghitung rata – rata jumlah kunjungan rawat jalan pada bulan Januari 2014 sampai dengan bulan Oktober 2014 yaitu sebanyak 4847 pelanggan perbulan, sehingga didapat populasinya adalah $4847 \times 47\% = 2278$ pelanggan.

4.4.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri – ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Karena tidak semua data dan informasi akan diproses dan tidak semua orang atau benda akan diteliti melainkan cukup dengan menggunakan sampel yang mewakilinya, maka sampel harus representatif (Riduwan, 2007).

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan dari populasi yang terpilih dan bersedia sebagai sampel dengan kriteria inklusi yaitu telah minimal tiga kali berobat rawat jalan dan menebus resep di pelayanan Farmasi rawat jalan RSI Jakarta Sukapura. Pemilihan sampel dilakukan dengan *simple random sampling*. Teknik pengambilan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Taro Yamane atau Slovin sebagai berikut (Riduwan, 2007) :

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi = 2278 pelanggan

d² = Presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 95%)

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{N.d^2 + 1} = \frac{2278}{(2278)(0,1)^2 + 1} \\ &= \frac{2278}{24} \\ &= 94,9 = 95 \text{ responden} \end{aligned}$$

4.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura pada bulan Desember 2014 sampai dengan bulan Januari 2015.

4.6 Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan cara memberikan lembaran kuesioner/angket yang berisi daftar pertanyaan kepada pelanggan yang datang untuk menebus resep di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura pada bulan Desember 2014 sampai dengan bulan Januari 2015 dengan tujuan mendapatkan data penilaian pelanggan tentang fasilitas pelayanan dan pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura untuk mengetahui kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. Jenis data yang dikumpulkan termasuk data primer yang diperoleh dari pelanggan dengan mengisi kuosioner. Aspek/dimensi yang dinilai, dikategorikan sebagai berikut

1. Kategori 1 : Sangat tidak setuju
2. Kategori 2 : Tidak setuju
3. Kategori 3 : Cukup setuju
4. Kategori 4 : Setuju
5. Kategori 5 : Sangat setuju

4.7 Teknik Analisa Data

Dalam statistik, informasi yang diperoleh dipergunakan untuk proses pengambilan keputusan, terutama dalam pengujian hipotesis (Hidayat, 2007, seperti dikutip dalam Handayani, 2011).

Kegiatan dalam proses pengolahan data adalah sebagai berikut (Budiarto, 2002) :

1. Pemeriksaan Data (Editing)

Adalah memeriksa data yang telah dikumpulkan, baik berupa daftar pertanyaan, kartu atau buku register. Dalam proses editing, kegiatan yang dilakukan ialah (a) menjumlah dan (b) melakukan koreksi .

- a. Penjumlahan, menghitung banyaknya lembaran daftar pertanyaan yang telah diisi untuk diketahui sesuai atau tidak dengan jumlah yang ditentukan.
- b. Koreksi, proses membenarkan atau menyelesaikan hal-halyang salah atau kurang jelas.

2. Pemberian Kode (Coding)

Untuk mempermudah pengolahan, sebaiknya semua variable diberi kode, terutama data klasifikasi. Penggunaan kode ini sangat penting bila pengolahan dan analisis data menggunakan komputer. Pemberian kode dapat dilakukan sebelum atau sesudah pengumpulan data dilaksanakan.

3. Penyusunan Data (*Tabulasi*)

Merupakan pengorganisasian data sedemikian rupa agar dengan mudah dapat dijumlah, disusun, dan ditata untuk disajikan dan dianalisis. Berbagai cara untuk melakukan proses tabulasi seperti metode Tally, menggunakan kartu, dan menggunakan komputer. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan komputer dalam proses Tabulasi.

4. Melakukan tehnik analisis

Melakukan analisis, khususnya terhadap data penelitian akan menggunakan data ilmu statistik terapan yang hendak disesuaikan dengan tujuan yang hendak dianalisis.

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan pelayanan petugas instalasi farmasi terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan di RSIJ Sukapura.

Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Jalur (*Path Analysis*). Teknik analisis jalur ini akan digunakan dalam menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel X_1 , X_2 terhadap Y serta dampaknya terhadap Z . Analisis korelasi dan regresi yang merupakan dasar dari perhitungan koefisien jalur. Kemudian, dalam perhitungan digunakan jasa komputer berupa *software* dengan program SPSS versi 19.0. Langkah – langkah menguji *path analysis* sebagai berikut (Riduwan, 2007) :

1. Merumuskan hipotesis dan persamaan struktural

$$\text{Struktur 1 : } Y = p_{yX_1} X_1 + p_{yX_2} X_2 + p_y \epsilon_1$$

$$\text{Struktur 2 : } Z = p_{ZX_1} X_1 + p_{ZX_2} X_2 + p_{ZY} Y + p_z \epsilon_2$$

2. Menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi :

- a. Gambarkan diagram jalur lengkap, tentukan sub – sub strukturnya dan rumuskan persamaan strukturalnya yang sesuai hipotesis yang diajukan.

Hipotesis : Naik turunnya variabel *endogen* (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh variabel *eksogen* (X_1 dan X_2).

- b. Menghitung koefisien regresi untuk struktur yang telah dirumuskan.

Pada dasarnya koefisien jalur (*path*) adalah koefisien regresi yang distandarkan yaitu koefisien regresi yang dihitung dari basis data yang telah diset dalam angka baku atau *Z-score* (data yang diset dengan nilai rata – rata = 0 dan standar deviasi = 1). Koefisien jalur yang distandarkan (*standardized path coefficient*) ini digunakan untuk menjelaskan besarnya pengaruh (bukan memprediksi) variabel bebas (*eksogen*) terhadap variabel lain yang diberlakukan sebagai variabel teikat (*endogen*).

Khusus untuk program SPSS menu analisis regresi, koefisien *path* ditunjukkan oleh output yang dinamakan *Coefficient* yang dinyatakan sebagai *Standardized Coefficient* atau dikenal dengan nilai *Beta*. Jika ada diagram jalur sederhana mengandung satu unsur hubungan antara variabel eksogen dengan variabel endogen, maka koefisien *path* nya adalah sama dengan koefisien korelasi *r* sederhana.

3. Menghitung koefisien jalur secara simultan (keseluruhan)

Uji secara keseluruhan hipotesis statistik dirumuskan sebagai berikut :

$$H_a : p_{yx_1} = p_{yx_2} = \dots = p_{yx_k} \neq 0$$

$$H_o : p_{yx_1} = p_{yx_2} = \dots = p_{yx_k} = 0$$

a. Kaidah pengujian signifikansi secara manual : menggunakan Tabel F

$$F = \frac{(n - k - 1) R^2_{yxk}}{k (1 - R^2_{yxk})}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel *eksogen*

R^2_{yxk} = R square

Jika $F_{hitung} \geq F_{Tabel}$, maka tolak H_o artinya signifikan dan

$F_{hitung} \leq F_{Tabel}$, terima H_o artinya tidak signifikan

Dengan taraf signifikan (α) = 0,05

b. Kaidah pengujian signifikansi : Program SPSS

- Jika nilai probabilitas 0,05 **lebih kecil** atau **sama dengan** nilai probabilitas **Sig** atau ($0,05 \leq \mathbf{Sig}$), maka H_o diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan.

- Jika nilai probabilitas 0,05 **lebih besar** atau **sama dengan** nilai probabilitas **Sig** atau ($0,05 \geq \text{Sig}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.

4. Menghitung koefisien jalur secara individu

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi hipotesis statistic berikut :

$$H_a : p_{yx_1} > 0$$

$$H_0 : p_{yx_1} = 0$$

Secara individual uji statistik yang digunakan adalah uji t.

Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi analisis jalur bandingkan antara nilai probabilitas 0,05 dengan nilai probabilitas *Sig* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- Jika nilai probabilitas 0,05 **lebih kecil** atau **sama dengan** nilai probabilitas **Sig** atau ($0,05 \leq \text{Sig}$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan
- Jika nilai probabilitas 0,05 **lebih besar** atau **sama dengan** nilai probabilitas **Sig** atau ($0,05 \geq \text{Sig}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan

5. Meringkas dan menyimpulkan

Asumsi yang mendasari *path analysis* (analisis jalur) adalah sebagai berikut (Riduwan, 2007) :

1. Pada model *path analysis*, hubungan antarvariabel adalah bersifat linier, adaptif dan bersifat normal
2. Hanya sistem aliran kausal ke satu arah artinya tidak ada arah kausalitas yang berbalik
3. Variabel terikat (*endogen*) minimal dalam ukur interval dan ratio
4. Menggunakan sampel *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel
5. *Observed variables* diukur tanpa kesalahan (instrumen pengukuran valid dan reliabel)
6. Model yang dianalisis dispesifikasikan (diidentifikasi) dengan benar berdasarkan teor - teori dan konsep - konsep yang relevan artinya model teori yang dikaji atau diuji dibangun berdasarkan kerangka teoritis tertentu yang mampu menjelaskan hubungan kausalitas antar variabel yang diteliti

4.8 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen

4.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah instrumen yang valid. Artinya, alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan (mengukur) data itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur dari butir – butir pertanyaan. Validitas kuesioner dinyatakan dengan tingkat kemampuan butir – butir pernyataan dalam butir – butir kuesioner. Analisis validitas butir dilakukan dengan tujuan menguji apakah data atau tiap – tiap pernyataan yang didapat sesuai dengan kondisi populasinya. Semakin tinggi validitas suatu variabel (atribut) maka pengujian tersebut semakin mengenai sasarannya dan semakin menunjukkan apa yang harus ditunjukkannya. Untuk itu dilakukan analisis item dengan metode *Korelasi Product Moment Pearson*. Uji validitas data ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor jawaban yang diperoleh pada masing – masing item dengan skor total keseluruhan item. Hasil dan korelasi tersebut harus signifikan berdasarkan ukuran statistik tertentu (Wijaya, 2011).

Validitas adalah pengolahan data dari suatu pertanyaan menggunakan komputerisasi dengan program SPSS versi 19.0, untuk mengetahui valid atau tidak valid suatu pertanyaan dapat dilihat dari hasil output pada tabel dengan judul item-total-statistik. Menilai validitas masing-masing pertanyaan, dapat dilihat dari hasil *corrected item-total-correlation*. Teknik kolerasi yang digunakan adalah *pearson product moment*, setelah diuji dengan menggunakan uji t, kemudian baru dilihat penafsiran dari indeks kolerasinya (Hidayat, 2007).

Rumus Pearson Product Moment (Sugiyono, dalam Suratman 2011) :

$$r = \frac{n (\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r hitung : Koefisien validitas item yang dicari

n : Jumlah responden

X : Skor yang diperoleh dalam item

- Y : Skor Total yang diperoleh dari seluruh item
 $\sum X$: Jumlah Skor dalam distribusi X
 $\sum Y$: Jumlah Skor dalam distribusi Y
 $\sum X^2$: Jumlah kuadrat masing – masing skor X
 $\sum Y^2$: Jumlah kuadrat masing – masing skor Y

Untuk mengetahui apakah koefisien korelasi (r) hasil perhitungan di atas signifikan (dapat digeneralisasi) ataupun tidak, maka perlu dilakukan pengujian signifikansi koefisien korelasi. Kemudian nilai korelasi masing – masing pertanyaan terhadap total variabel akan dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan level signifikan 0,05. Pertanyaan pada instrument penelitian dinyatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar daripada nilai r_{tabel} . Dan sebaliknya dinyatakan tidak valid apabila nilai r_{hitung} lebih kecil daripada nilai r_{tabel} .

4.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang berasal dari kata *rely* dan *ability*. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliable. Sehingga reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Dapat berarti berapapun atribut – atribut kuesioner tersebut dinyatakan pada responden yang berlainan, maka hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata – rata jawaban responden. Atau dengan kata lain, reliabilitas dapat menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Uji ini digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban atau tanggapan responden terhadap keseluruhan item pertanyaan yang diajukan. Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur (instrumen) dapat memperlihatkan kemantapan, keajegan, atau stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan instrumen tersebut dalam waktu berikutnya dengan kondisi yang tetap. Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empiris ditunjukkan oleh koefisien reliabilitas, yang besarnya antara 0,00 hingga 1,00. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha* yang dibantu dengan program SPSS (Wijaya, 2011).

Untuk pengujian reliabilitas item pertanyaan dengan teknik Cronbach's alpha, dengan jumlah sampel yang diujikan sebanyak 30 buah, maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel apabila nilai $r_{\text{alpha}} \geq 0,60$ (Sugiyono, dalam Suratman 2011).

Metode *Cronbach Alpha* sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala (misal 1-5) atau skor rentang (Sulisty, 2012).

Rumus Cronbach Alpha sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k - 1} \right) \left(\frac{S_r^2 - \sum s_i^2}{S_x^2} \right)$$

Keterangan:

- α : Koefisien reliabilitas *Alpha Cornbach*
- k : jumlah item pertanyaan yang diuji
- $\sum s_i^2$: jumlah varians skor item
- s_x^2 : Varians skor-skor tes (seluruh item K)

4.8.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas dan Reliabilitas dilakukan terhadap 30 orang responden. Sesuai dengan teori Lerbin, untuk menguji validitas dan reliabilitas instrument, dilakukan pengujian dengan menyebarkan kuesioner kepada 20 – 30 responden (Lerbin r, dalam Suratman 2011). Hasil uji validitas dan reliabilitas instrument adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3: Hasil uji Validitas dan Reliabilitas Fasilitas Televisi (TV)

NO	Pertanyaan	Corrected Item – Total Correlation	Nilai Chorbach’s Alpha
1	Fleksibilitas pelanggan untuk memilih chanel pesawat TV	0,694	0,819
2	Chanel pesawat TV yang bisa dipilih cukup beragam/lengkap	0,606	
3	Kejelasan gambar dan suara (<i>audiovisual</i>) dari pesawat TV yang tersedia	0,598	
4	Posisi/penempatan pesawat TV cukup nyaman untuk pelanggan	0,682	

5	Fungsi pesawat TV sebagai sarana hiburan dan informasi pada saat menunggu waktu pelayanan	0,527	
---	---	-------	--

Hasil uji validitas variabel Fasilitas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berupa Televisi (TV), diperoleh nilai tertinggi *corrected item – total correlation* adalah 0,694 dan nilai terendah adalah 0,527. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai validitas instrumen adalah 0,3 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel fasilitas berupa TV adalah valid.

Hasil uji reliabilitas variabel Fasilitas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berupa Televisi (TV), diperoleh *chorbach's alpha* adalah 0,819. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai reliabilitas instrument adalah 0,6 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel fasilitas berupa TV adalah reliabel.

Tabel 4.4 : Hasil uji Validitas dan Reliabilitas Fasilitas *Air Conditioner* (AC)

NO	Pertanyaan	Corrected Item – Total Correlation	Nilai Chorbach's Alpha
1	Kenyamanan kondisi lingkungan (suhu) ruang tunggu Instalasi Farmasi	0,251	0,846
2	Fleksibilitas/kemudahan pelanggan untuk mengatur/mengkondisikan suhu yang diinginkan (suhu AC tidak di set secara sentral)	0,674	
3	Pemeliharaan/ <i>maintenance</i> AC dilakukan dengan baik (kualitas AC terjaga)	0,723	

4	Remote AC selalu dalam kondisi siap pakai	0,818	
5	Posisi/penempatan AC cukup nyaman untuk pelanggan	0,868	

Hasil uji validitas variabel Fasilitas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berupa *Air Conditioner* (AC) , diperoleh nilai tertinggi *corrected item – total correlation* adalah 0,868 dan nilai terendah adalah 0,251. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai validitas instrumen adalah 0,3 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan nomer 1 yaitu **Kenyamanan kondisi lingkungan (suhu) ruang tunggu Instalasi Farmasi** dengan nilai *corrected item – total correlation* sebesar 0,251 adalah tidak valid. Dengan demikian untuk menjaga validitas dari instrumen variabel fasilitas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berupa *Air Conditioner* (AC) maka pertanyaan tersebut tidak disertakan lagi (dibuang) dan dilakukan lagi uji validitas dan reliabilitasnya. Hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5 : Hasil uji Validitas dan Reliabilitas Fasilitas *Air Conditioner* (AC) setelah satu pertanyaan kuesioner dihilangkan

NO	Pertanyaan	Corrected Item – Total Correlation	Nilai Chorbach's Alpha
1	Fleksibilitas/kemudahan pelanggan untuk mengatur/mengkondisikan suhu yang diinginkan (suhu AC tidak di set secara sentral)	0,712	0,912

2	Pemeliharaan/ <i>maintenance</i> AC dilakukan dengan baik (kualitas AC terjaga)	0.764	
3	Remote AC selalu dalam kondisi siap pakai	0.855	
4	Posisi/penempatan AC cukup nyaman untuk pelanggan	0.880	

Hasil uji validitas variabel Fasilitas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berupa Televisi (TV), diperoleh nilai tertinggi *corrected item – total correlation* adalah 0,880 dan nilai terendah adalah 0,712. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai validitas instrumen adalah 0,3 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel fasilitas berupa TV adalah valid.

Hasil uji reliabilitas variabel Fasilitas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berupa Televisi (TV), diperoleh *chorbach's alpha* adalah 0,912. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai reliabilitas instrumen adalah 0,6 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel fasilitas berupa TV adalah reliabel.

Tabel 4.6 : Hasil uji Validitas dan Reliabilitas Fasilitas Sofa

NO	Pertanyaan	Corrected Item – Total Correlation	Nilai Chorbach's Alpha
1	Kenyamanan Tempat duduk di ruang tunggu sangat penting	0,919	0,939

2	Dengan bangku berupa sofa, waktu tunggu pelayanan terasa tidak melelahkan	0,910	
3	Desain dan bahan untuk membuat bangku ruang tunggu penting untuk diperhatikan	0,937	
4	Pemeliharaan dan kebersihan Sofa terjaga dengan baik	0,917	
5	Interior penempatan Sofa tertata baik dan nyaman untuk pelanggan	0.939	

Hasil uji validitas variabel Fasilitas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berupa bangku ruang tunggu yang nyaman (Sofa) , diperoleh nilai tertinggi *corrected item – total correlation* adalah 0,939 dan nilai terendah adalah 0,910. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai validitas instrumen adalah 0,3 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel fasilitas berupa bangku ruang tunggu yang nyaman (Sofa) adalah valid.

Hasil uji reliabilitas variabel Fasilitas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berupa bangku ruang tunggu yang nyaman (Sofa), diperoleh *chorbach's alpha* adalah 0,939. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai reliabilitas instrumen adalah 0,6 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel fasilitas berupa bangku ruang tunggu yang nyaman (Sofa) adalah reliabel.

Tabel 4.7 : Hasil uji Validitas dan Reliabilitas fasilitas adanya Sistem Antrian

NO	Pertanyaan	Corrected Item – Total Correlation	Nilai Chorbach's Alpha
1	Kejelasan waktu untuk mendapatkan pelayanan	0,418	0,869
2	Kenyamanan pada saat mendapatkan pelayanan (tidak berjubel)	0,718	
3	Mekanisme pemberian nomor Antrian yang diberikan kepada pelanggan	0,811	
4	Kemudahan untuk mendapatkan nomor antrian	0,773	
5	Ketertiban dan kedisiplinan dalam pelaksanaan sistem antrian (jaminan pelanggan dilayani sesuai nomor antrian)	0,809	

Hasil uji validitas variabel Fasilitas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berupa adanya sistem antrian , diperoleh nilai tertinggi *corrected item – total correlation* adalah 0,811 dan nilai terendah adalah 0,718. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai validitas instrumen adalah 0,3 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel fasilitas berupa adanya Sistem Antrian adalah valid.

Hasil uji reliabilitas variabel Fasilitas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berupa adanya Sistem Antrian, diperoleh *chorbach's alpha* adalah 0,869. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai reliabilitas instrumen adalah 0,6 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel fasilitas berupa adanya Sistem Antrian adalah reliabel.

Tabel 4.6. : Hasil uji Validitas dan Reliabilitas fasilitas adanya Bell di *counter* farmasi

NO	Pertanyaan	Corrected Item – Total Correlation	Nilai Chorbach’s Alpha
1	Kemudahan dalam memanggil petugas	0,498	0,788
2	Kecepatan mendapatkan tanggapan pelayanan petugas	0,558	
3	Kesiapan dan kesigapan petugas	0,693	
4	Bell yang tersedia selalu dapat berfungsi dengan baik	0,657	
5	Penempatan Bell mudah dijangkau dan digunakan oleh pelanggan	0,540	

Hasil uji validitas variabel Fasilitas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berupa adanya Bell di *counter* farmasi , diperoleh nilai tertinggi *corrected item – total correlation* adalah 0,693 dan nilai terendah adalah 0,498. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai validitas instrumen adalah 0,3 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel fasilitas berupa adanya Bell di *counter* farmasi adalah valid.

Hasil uji reliabilitas variabel Fasilitas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berupa Bell di *counter* farmasi adanya, diperoleh *chorbach’s alpha* adalah 0,788. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai reliabilitas instrumen adalah 0,6 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel fasilitas berupa adanya Bell di *counter* farmasi adalah reliabel.

Tabel 4.9 : Hasil uji Validitas dan Reliabilitas pelayanan petugas Ramah

NO	Pertanyaan	Corrected Item – Total Correlation	Nilai Chorbach's Alpha
1	Petugas selalu tersenyum pada saat memberikan pelayanan kepada pelanggan	0,817	0,904
2	Petugas bertutur bahasa baik dan menarik	0,779	
3	Petugas bersikap akrab dengan pelanggan	0,914	
4	Petugas bersikap terbuka menanggapi keluhan pelanggan	0,757	
5	Petugas dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan fokus dan menyenangkan	0,548	

Hasil uji validitas variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura yaitu ramah, diperoleh nilai tertinggi *corrected item – total correlation* adalah 0,914 dan nilai terendah adalah 0,548. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai validitas instrumen adalah 0,3 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura yaitu ramah adalah valid.

Hasil uji reliabilitas variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura yaitu ramah, diperoleh *chorbach's alpha* adalah 0,904. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai reliabilitas instrumen adalah 0,6 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSIJ Sukapura yaitu ramah, adalah reliabel.

Tabel 4.10 : Hasil uji Validitas dan Reliabilitas pelayanan petugas Komunikatif

NO	Pertanyaan	Corrected Item – Total Correlation	Nilai Chorbach’s Alpha
1	Petugas dalam memberi penjelasan/informasi kepada pelanggan mudah dipahami	0,804	0,897
2	Petugas mudah dihubungi pada saat pelanggan membutuhkan informasi	0,748	
3	Petugas mampu memahami keluhan pelanggan	0,799	
4	Petugas dalam berkomunikasi dengan pelanggan mudah dipahami	0,756	
5	Petugas menunjukkan sikap atau bahasa tubuh yang baik kepada pelanggan saat berkomunikasi	0,632	

Hasil uji validitas variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura yaitukomunikatif, diperoleh nilai tertinggi *corrected item – total correlation* adalah 0,804 dan nilai terendah adalah 0,632. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai validitas instrumen adalah 0,3 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura yaitu komunikatif adalah valid.

Hasil uji reliabilitas variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura yaitukomunikatif, diperoleh *chorbach’s alpha* adalah 0,897. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai reliabilitas instrumen adalah 0,6 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura yaitu komunikatif, adalah reliabel.

Tabel 4.11 : Hasil uji Validitas dan Reliabilitas pelayanan petugas Cepat

NO	Pertanyaan	Corrected Item – Total Correlation	Nilai Chorbach’s Alpha
1	Petugas memberikan pelayanan dengan sigap	0,609	0,849
2	Petugas cekatan dalam memberikan pelayanan	0,657	
3	Prosedur pelayanan tidak berbelit - belit	0,708	
4	Petugas segera memberikan pelayanan sesuai kebutuhan pelanggan	0,705	
5	Efisiensi waktu oleh petugas dalam memberikan pelayanan	0,650	

Hasil uji validitas variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura yaitu cepat, diperoleh nilai tertinggi *corrected item – total correlation* adalah 0,708 dan nilai terendah adalah 0,609. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai validitas instrumen adalah 0,3 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura yaitu cepat adalah valid.

Hasil uji reliabilitas variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSIJ Sukapura yaitu cepat, diperoleh *chorbach’s alpha* adalah 0,849. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai reliabilitas instrumen adalah 0,6 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSIJ Sukapura yaitu cepat, adalah reliabel.

Tabel 4.12 : Hasil uji Validitas dan Reliabilitas pelayanan petugas Teliti

NO	Pertanyaan	Corrected Item – Total Correlation	Nilai Chorbach's Alpha
1	Petugas memanggil nama pasien/pelanggan dengan benar	0,471	0,759
2	Petugas memberikan pelayanan dengan cermat	0,435	
3	Petugas memberikan pelayanan dengan seksama	0,626	
4	Petugas menyerahkan obat kepada pelanggan dengan tepat	0,611	
5	Komplain pelanggan akibat kesalahan pemberian pelayanan petugas farmasi sangat rendah atau <i>zero</i> (nol)	0,555	

Hasil uji validitas variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSIJ Sukapura yaitu cepat, diperoleh nilai tertinggi *corrected item – total correlation* adalah 0,626 dan nilai terendah adalah 0,435. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai validitas instrumen adalah 0,3 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura yaitu teliti adalah valid.

Hasil uji reliabilitas variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSII Sukapura yaitu teliti, diperoleh *chorbach's alpha* adalah 0,759. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai reliabilitas instrumen adalah 0,6 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSII Sukapura yaitu teliti, adalah reliabel.

Tabel 4.13 : Hasil uji Validitas dan Reliabilitas pelayanan petugas Sopan

NO	Pertanyaan	Corrected Item – Total Correlation	Nilai Chorbach's Alpha
1	Petugas berpakaian dan berpenampilan dengan rapi dan baik	0,771	0,881
2	Petugas menghormati pasien sebagai pelanggan	0,740	
3	Petugas bersikap dengan baik dan beradab	0,847	
4	Petugas mampu menempatkan diri dengan baik saat memberikan pelayanan kepada pelanggan	0,706	
5	Petugas bertutur kata dengan baik saat memberikan pelayanan kepada pelanggan	0,570	

Hasil uji validitas variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSII Sukapura yaitusopan, diperoleh nilai tertinggi *corrected item – total correlation* adalah 0,847 dan nilai terendah adalah 0,570. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai validitas instrumen adalah 0,3 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSII Sukapura yaitu sopan adalah valid.

Hasil uji reliabilitas variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSIJ Sukapura yaitu sopan, diperoleh *chorbach's alpha* adalah 0,881. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai reliabilitas instrumen adalah 0,6 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura yaitu sopan, adalah reliabel.

Tabel 4.14 : Hasil uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

NO	Pertanyaan	Corrected Item – Total Correlation	Nilai Chorbach's Alpha
1	Saya mendapatkan manfaat yang besar dengan membeli obat/menebus resep di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura	0,596	0,870
2	Pelayanan yang diberikan sesuai harapan saya	0,744	
3	Saya merasa senang membeli obat/menebus resep di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura	0,748	
4	Petugas Instalasi Farmasi memberikan pelayanan secara baik dan menyenangkan	0,705	
5	Fasilitas yang ada pada saat menunggu pelayanan sesuai harapan saya	0,736	

Hasil uji validitas variabel terikat Kepuasan Pelanggan di Instalasi Farmasi RSIJ Sukapura, diperoleh nilai tertinggi *corrected item – total correlation* adalah 0,748 dan nilai terendah adalah

0,596. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai validitas instrumen adalah 0,3 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel terikat tentang kepuasan pelanggan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura adalah valid.

Hasil uji reliabilitas variabel terikat kepuasan pelanggan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura, diperoleh *chorbach's alpha* adalah 0,870. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai reliabilitas instrumen adalah 0,6 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel terikat kepuasan pelanggan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura, adalah reliabel.

Tabel 4.15 : Hasil uji Validitas dan Reliabilitas LoyalitasPelanggan

NO	Pertanyaan	Corrected Item – Total Correlation	Nilai Chorbach's Alpha
1	Bila saya membutuhkan untuk membeli obat/menebus resep lagi maka saya akan membeli di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura	0,659	0,893
2	Sayaakan mereferensikan/menganjurkan kepada saudara dan atau teman Untuk membeli obat/menebus resep di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura bila memerlukan	0,691	

3	Saya tidak tertarik untuk pindah ke tempat lain bila saya membutuhkan membeli obat/menebus resep	0,872	
4	Karena saya lebih senang membeli obat/resep di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura maka saya bila membutuhkan akan berobat ke RSI Jakarta Sukapura	0,748	
5	Saya merasa puas/senang dengan pelayanan yang saya rasakan sehingga saya akan setia untuk menjadi pelanggan tetap	0,764	

Hasil uji validitas variabel terikat loyalitas pelanggan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura, diperoleh nilai tertinggi *corrected item – total correlation* adalah 0,872 dan nilai terendah adalah 0,659. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai validitas instrumen adalah 0,3 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel terikat tentang loyalitas pelanggan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura adalah valid.

Hasil uji reliabilitas variabel terikat loyalitas pelanggan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura, diperoleh *chorbach's alpha* adalah 0,893. Nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai reliabilitas instrumen adalah 0,6 (Sugiyono, 2007). Berarti pertanyaan – pertanyaan variabel terikat loyalitas pelanggan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura, adalah reliabel.

BAB 5

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

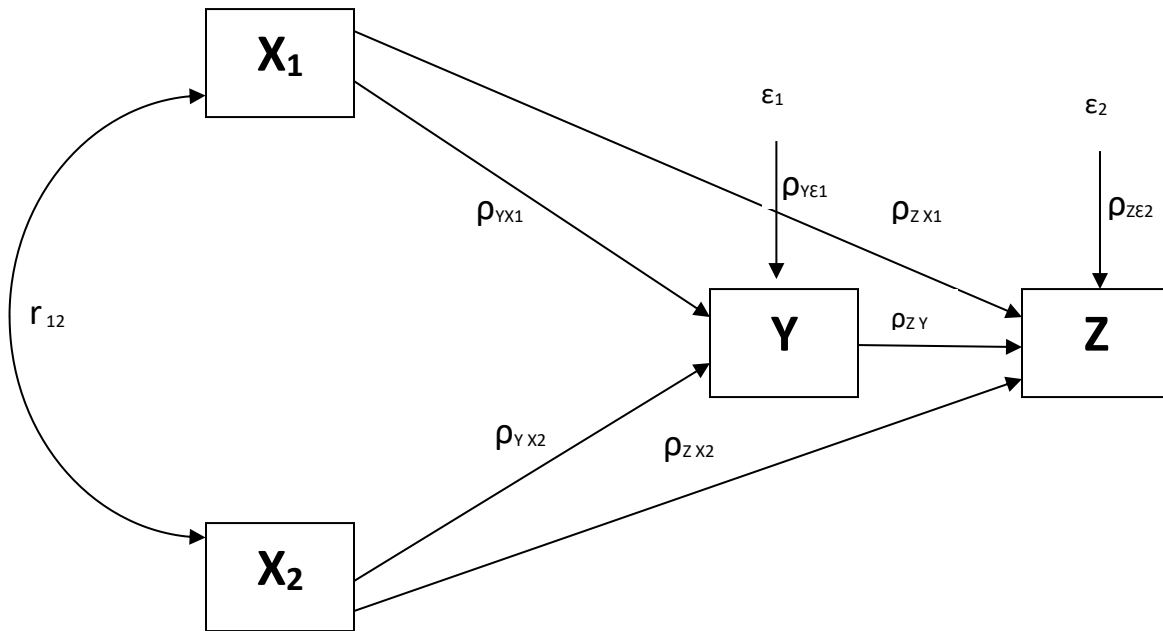
5.1 Hasil Penelitian

5.1.1 Pengujian Hipotesis Penelitian (*Path Analysis*)

Pengujian hipotesis yang telah dirumuskan dilakukan dengan menggunakan analisis jalur sebagai berikut :

- H₁ : Fasilitas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X₁) berpengaruh terhadap Y (kepuasan pelanggan)
- H₂ : Pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X₂) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y)
- H₃ : Fasilitas dan pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X₁ dan X₂) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y)
- H₄ : Kepuasan pelanggan (Y) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Z)
- H₅ : Fasilitas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X₁) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Z)
- H₆ : Pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X₂) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Z)
- H₇ : Fasilitas (X₁), pelayanan petugas (X₂), dan kepuasan pelanggan (Y) Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Z)

Kerangka hubungan kausal empiris antara jalur dapat dibuat melalui persamaan struktur sebagai berikut :



Gambar 5.1 : Hubungan struktur X_1 , X_2 , dan Y terhadap Z

Keterangan :

X_1 : Fasilitas

X_2 : Pelayanan petugas

Y : Kepuasan pelanggan

Z : Loyalitas pelanggan

ρ_{YX_1} : koefisien jalur fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

ρ_{YX_2} : koefisien jalur pelayanan petugas terhadap kepuasan pelanggan

ρ_{ZX_1} : koefisien jalur fasilitas terhadap loyalitas pelanggan

ρ_{ZX_2} : koefisien jalur pelayanan petugas terhadap loyalitas pelanggan

ρ_{ZY} : koefisien jalur kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

$\rho_{Y\epsilon_1}$: koefisien jalur residu kepuasan pelanggan

$\rho_{Z\epsilon_2}$: koefisien jalur residu loyalitas pelanggan

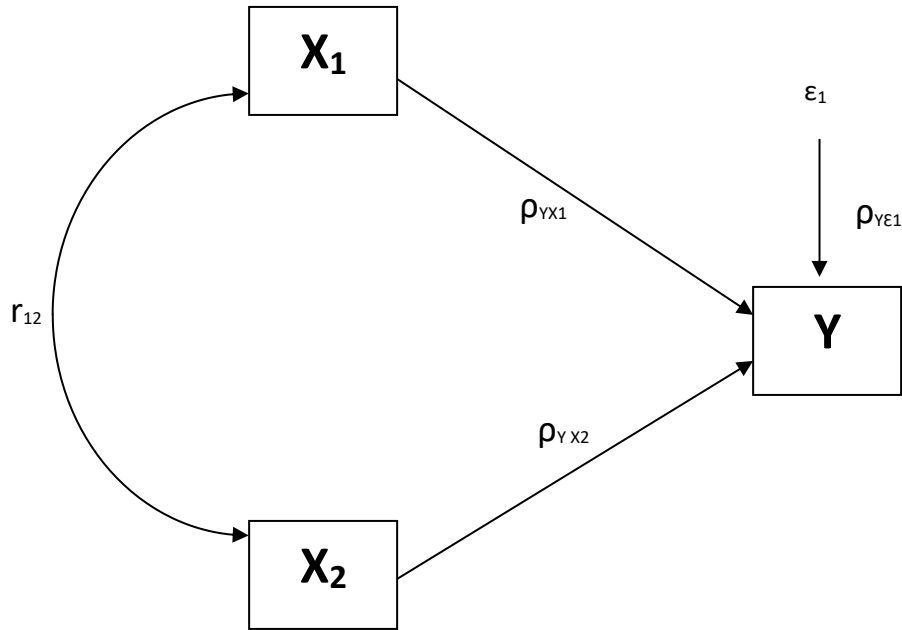
ϵ_1 : variabel residu kepuasan pelanggan

ε_2 : variabel residu loyalitas pelanggan

Berdasarkan hipotesis dan diagram jalur, maka diperoleh persamaan dua struktural sebagai berikut :

Persamaan Sub-Struktur 1 :

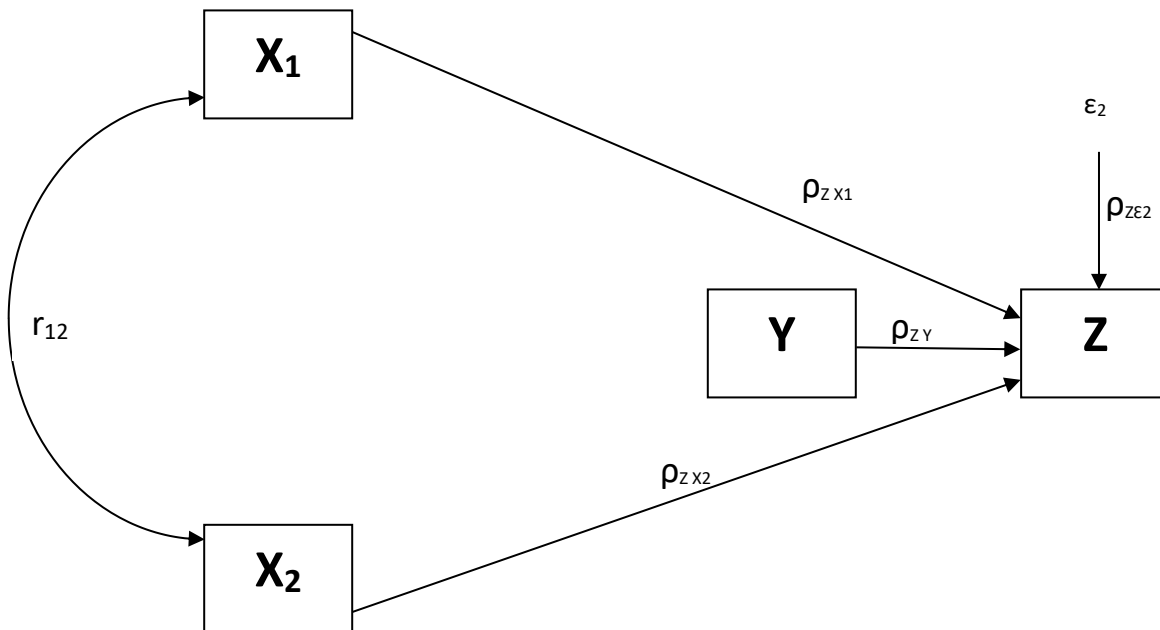
$$Y = \rho_{yx_1} X_1 + \rho_{yx_2} X_2 + \rho_{y\varepsilon_1} \varepsilon_1$$



Gambar 5.2 : Hubungan Sub-Struktur 1 variabel X_1 dan X_2 terhadap Y

Persamaan Sub-Struktur 2 :

$$Z = \rho_{zx_1} X_1 + \rho_{zx_2} X_2 + \rho_{zy} Y + \rho_{z\epsilon_2} \epsilon_2$$



Gambar 5.3 : Hubungan Sub-Struktur 2 variabel X_1 , X_2 dan Y terhadap Z

Dari dua persamaan Sub-Struktur tersebut, selanjutnya untuk setiap persamaan Sub-Struktur dianalisis dengan teknik analisis jalur (*Path Analysis*).

5.1.2 Hasil Pengujian Sub-Struktur 1

Persamaan Sub-Struktur 1 menggambarkan pengaruh variabel X_1 dan X_2 , terhadap Y , berikut persamaannya dan nilai koefisien jalur yang diperoleh :

$$Y = \rho_{yx_1} X_1 + \rho_{yx_2} X_2 + \rho_{y\epsilon_1}$$

Hasil pengujian korelasi dan regresi dari SPSS versi 19 sebagai berikut :

Hubungan atau korelasi antara variabel fasilitas, pelayanan petugas dan kepuasan adalah terlihat pada Tabel 5.1 berikut :

Tabel 5.1

Correlations

		FASILITAS_all	PETUGAS_all	PUAS_all
FASILITAS_all	Pearson Correlation	1	.967**	.898**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	101	101	101
PETUGAS_all	Pearson Correlation	.967**	1	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	101	101	101
PUAS_all	Pearson Correlation	.898**	.886**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	101	101	101

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Summary X_1 dan X_2 terhadap kepuasan pelanggan (Y) terlihat pada Tabel 5.2 berikut :

Tabel 5.2

Summary Model 1 – Sub-Struktur 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.901 ^a	.812	.808	1.21551

a. Predictors: (Constant) : FASILITAS_all (X_1), PETUGAS_all (X_2)

b. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan (Y)

Anova X_1 dan X_2 terhadap kepuasan pelanggan (Y) terlihat pada Tabel 5.3 berikut:

Tabel 5.3

ANOVA^a Model 1 – Sub-Struktur 1

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	624.978	2	312.489	211.505	.000 ^b
	Residual	144.790	98	1.477		

Total	769.768	100			
-------	---------	-----	--	--	--

- a. Dependent Variable: PUAS_all (Y)
- b. Predictors: (Constant), FASILITAS_all (X₁), PETUGAS_all (X₂)

Coefficients X₁ dan X₂ terhadap kepuasan pelanggan (Y) terlihat pada Tabel 5.4 berikut :

Tabel 5.4

Coefficients^a Model 1 – Sub-Struktur 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.757	.707		6.731	.000
1 PETUGAS_all	.045	.029	.269	1.567	.120
FASILITAS_all	.119	.032	.638	3.714	.000

- a. Dependent Variable: PUAS_all (Y)

Dari hasil pengolahan data program SPSS Versi19 di atas, tampak bahwa Tabel *Correlations*, *Model Summary*, *Anova*, dan *Coefficients* ditunjukkan oleh *Standardized Coefficients (Beta)*, sedang *Unstandardized Coefficients*, merupakan koefisien regresi biasa (Riduwan, 2007).

Hasil pengujian analisis jalur untuk Model Sub-Struktur 1 dirangkum seperti Tabel 5.5 sebagai berikut :

Tabel 5.5

Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub-Struktur 1

Model	Standardized Coefficients	T	Sig	F	Sig	R	R Square (R ²)
	Beta						
(Constant)				211.505	0.000	0.901	0.812
Fasilitas (X ₁)	0.638	3.714	0.000				
Pelayanan Petugas (X ₂)	0.269	1.567	0.120				

Dari hasil pengolahan data program SPSS Versi 19 pada Model Sub-Struktur 1 tersebut, terlihat Tabel 5.2 sampai Tabel 5.4, koefisien jalur yang diperoleh diuji sebagai berikut :

a. Pengujian Secara Simultan (Keseluruhan)

Uji secara keseluruhan ditunjukkan oleh Tabel 5.3 (Anova). Hipotesis statistik dirumuskan sebagai berikut :

$$H_a : \beta_{yx_1} = \beta_{yx_2} \neq 0$$

$$H_o : \beta_{yx_1} = \beta_{yx_2} = 0$$

Hipotesis bentuk kalimat :

H_a : Fasilitas dan pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H_o : Fasilitas dan pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura tidak berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari Tabel Anova diperoleh nilai F untuk model 1 Sub-Struktur 1 adalah sebesar 211,505 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000. Karena nilai sig < 0,05 maka keputusannya adalah H_o ditolak dan oleh sebab itu, pengujian secara individual dapat dilakukan atau dilanjutkan.

b. Pengujian Secara Individual Sub-Struktur 1

1. Fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Uji secara individual ditunjukkan oleh Tabel 5.4 *Coefficients*. Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi hipotesis statistik berikut :

$$H_a : \beta_{yx_1} > 0$$

$$H_o : \beta_{yx_1} = 0$$

Hipotesis bentuk kalimat :

H_a : Fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H_o : Fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi analisis jalur dibandingkan antara nilai probabilitas 0,05 dengan nilai probabilitas *Sig* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut (Riduwan, 2007) :

- Jika nilai probabilitas 0,05 *lebih kecil* atau *sama dengan* nilai probabilitas *Sig* atau ($0,05 \leq Sig$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan
- Jika nilai probabilitas 0,05 *lebih besar* atau *sama dengan* nilai probabilitas *Sig* atau ($0,05 \geq Sig$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan

Keputusan :

Terlihat bahwa pada kolom *Sig* (signifikan) pada Tabel 5.4 *Coefficients* didapat nilai *Sig* 0.000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau $0,05 > Sig$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya koefisien analisis jalur adalah *signifikan* . Jadi, fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pelayanan Petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Uji secara individual ditunjukkan oleh Tabel 5.4 *Coefficients*. Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi hipotesis statistik sebagai berikut :

$$H_a : \rho_{yx_2} > 0$$

$$H_0 : \rho_{yx_2} = 0$$

Hipotesis bentuk kalimat :

H_a : Pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H_0 : Pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Keputusan :

Terlihat bahwa pada kolom *Sig* (signifikan) pada Tabel 5.4 *Coefficients* didapat nilai *Sig* 0,120 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 atau $0,05 < 0,120$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya koefisien analisis jalur adalah *tidak signifikan* . Jadi,

pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis jalur sub-struktur 1 (X_1 ; X_2 ; dan Y) yang terlihat pada Tabel 5.4 *Coefficients* Model 1- Sub-Struktur 1 masing – masing diperoleh nilai :

a) $pyx_1 = \text{Beta} = 0,638$ [$t = 3,714$ dan probabilitas (sig) = 0,000]

b) $pyx_2 = \text{Beta} = 0,269$ [$t = 1,567$ dan probabilitas (sig) = 0,120]

Hasil analisis membuktikan bahwa ada koefisien jalur yang tidak signifikan yaitu variabel pelayanan petugas (X_2), maka Model 1 perlu diperbaiki melalui metode *trimming*, yaitu mengeluarkan variabel pelayanan petugas (X_2) yang dianggap hasil dari koefisien jalur tidak signifikan dari analisisnya. Kemudian diulang atau diuji lagi yang mana variabel eksogen pelayanan petugas (X_2) tidak diikutsertakan. Hasil perhitungan ditunjukkan dari hasil pengolahan data program SPSS Versi 19 terlihat pada Tabel 5.6 sampai Tabel 5.8 sebagai berikut :

Tabel 5.6
Summary Model 2 - Sub-Struktur 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
2	.898 ^a	.807	.805	1.22441

a. Predictors: (Constant), FASILITAS_all (X_1)

b. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 5.7
ANOVA^a Model 2 – Sub-Struktur 1

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	621.349	1	621.349	414.459	.000 ^b
2 Residual	148.419	99	1.499		
Total	769.768	100			

a. Dependent Variable: PUAS_all (Y)

b. Predictors: (Constant), FASILITAS_all (X_1)

Tabel 5.8

Coefficients^a Model 2 – Sub-Struktur 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
2 (Constant)	4.710	.711		6.622	.000
FASILITAS_all	.167	.008	.898	20.358	.000

a. Dependent Variable: PUAS_all (Y)

Rangkuman hasil uji Sub-Struktur 1

Tabel 5.9

Rangkuman Anova Model 1 dan Model 2 – Sub-Struktur 1

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	624.978	2	312.489	211.505	.000
Residual	144.790	98	1.477		
Total	769.768	100			
2 Regression	621.349	1	621.349	414.459	.000
Residual	148.419	99	1.499		
Total	769.768	100			

a. Dependent Variable: PUAS_all (Y)

b. Predictors: (Constant), FASILITAS_all (X₁), PETUGAS_all (X₂)

Tabel 5.10

Rangkuman Coefficients Model 1 dan Model 2 – Sub-Struktur 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		

1 (Constant)	4.757	.707		6.731	.000
Fasilitas (X ₁)	.119	.032	.638	3.714	.000
Pelayanan Petugas (X ₂)	.045	.029	.269	1.567	.120
2 (Constant)	4.710	.711		6.622	.000
Fasilitas (X ₁)	.167	.008	.898	20.358	.000

a. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan (Y)

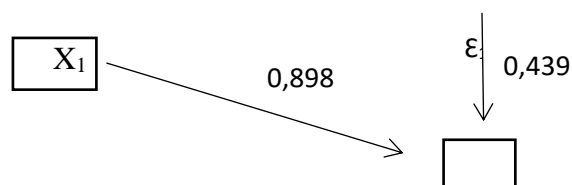
Tabel 5.11
Rangkuman Summary Model 1 dan Model 2 – Sub-Struktur 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.901	.812	.808	1.21551
2	.898	.807	.805	1.22441

a. Predictors : (Constant) , Fasilitas (X₁), Petugas (X₂)

b. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 5.8 (Coefficients^a Model 2 – Sub-Struktur 1) diperoleh nilai koefisien jalur fasilitas (X₁) terhadap kepuasan pelanggan (Y) yaitu nilai Beta atau ρ_{YX_1} sebesar 0,898 dengan koefisien determinan atau kontribusi ($R_{\text{square}} = R^2_{YX_1}$) = 0,807 (Tabel 5.6 Summary Model 2 - Sub-Struktur 1) dan besar koefisien residu $\rho_{Y \epsilon_1} = \sqrt{1-0,807} = \sqrt{0,193} = 0,439$. Dengan demikian didapat diagram jalur sub-struktur 1 mengalami perubahan, yaitu menjadi Gambar 5.4 sebagai berikut :



Y

Gambar 5.4 : Hubungan Kausal Empiris Sub-Struktur 1 variabel (X_1) terhadap (Y)

5.1.3 Hasil Pengujian Sub-Struktur 2

Persamaan Sub-Struktur 2 menggambarkan pengaruh variabel X_1 , X_2 , dan Y terhadap Z, berikut persamaannya dan nilai koefisien jalur yang diperoleh :

$$Z = p_{zx_1} X_1 + p_{zx_2} X_2 + p_{zy} Y + p_{z\epsilon_2}$$

Hasil Analisis Jalur Program SPSS versi 19 sebagai berikut :

Model 1 : Anova X_1 , X_2 , dan Y terhadap Loyalitas Pelanggan (Z)

Tabel 5.12

ANOVA^a Model 1 – Sub-Struktur 2

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1027.697	3	342.566	295.357	.000 ^b
	Residual	112.504	97	1.160		
	Total	1140.201	100			

a. Dependent Variable: LOYAL_all (Z)

b. Predictors: (Constant), PETUGAS_all (X_2), PUAS_all (Y), FASILITAS_all (X_1)

Model 1 : Coefficients X_1 , X_2 , dan Y terhadap Loyalitas Pelanggan (Z)

Tabel 5.13

Coefficients^a Model 1 – sub-struktur 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.612	.757		-.808	.421
	FASILITAS_all	.062	.030	.273	2.043	.044
	PUASL_all	.253	.090	.208	2.832	.006
	PETUGAS_all	.099	.026	.491	3.876	.000

a. Dependent Variable: LOYAL_all

Model 1 : Summary X_1 , X_2 , dan Y terhadap loyalitas pelanggan (Z)

Tabel 5.14

Summary Model 1 – sub-struktur 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.949 ^a	.901	.898	1.07696

- a. Predictors : (Constant) , PETUGAS_all, PUAS_all, FASILITAS_all
 b. Dependent Variable : Loyalitas Pelanggan (Z)

Hasil pengolahan data program SPSS versi 19 pada sub-struktur 2 tersebut, terlihat Tabel 5.12 sampai Tabel 5.14, koefisien jalur yang diperoleh diuji sebagai berikut :

a. Pengujian Secara Simultan (Keseluruhan)

Uji secara keseluruhan ditunjukkan oleh Tabel 5.12 (Anova Model 1 sub-struktur 2).

Hipotesis statistik dirumuskan sebagai berikut :

$$H_a : \rho_{zy} = \rho_{zx_2} = \rho_{zx_1} \neq 0$$

$$H_o : \rho_{zy} = \rho_{zx_2} = \rho_{zx_1} = 0$$

Hipotesis bentuk kalimat :

H_a : Fasilitas, pelayanan petugas dan kepuasan pelanggan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H_o : Fasilitas, pelayanan petugas dan kepuasan pelanggan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura tidak berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari Tabel Anova (Tabel 5.12) diperoleh nilai F untuk model 1 Sub-Struktur 2 adalah sebesar 295,357 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000. Karena nilai sig < 0,05 maka keputusannya adalah H_o ditolak dan oleh sebab itu, pengujian secara individual dapat dilakukan atau dilanjutkan.

b. Pengujian Secara Individual Sub-Struktur 2

1. Fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Uji secara individual ditunjukkan oleh Tabel 5.13 *Coefficients* Model 1 sub-struktur 2.

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi hipotesis statistik berikut :

$$H_a : \rho_{zx_1} > 0$$

$$H_o : \rho_{zx_1} = 0$$

Hipotesis bentuk kalimat :

H_a : Fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan

H_o : Fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi analisis jalur dibandingkan antara nilai probabilitas 0,05 dengan nilai probabilitas *Sig* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut (Riduwan, 2007) :

- Jika nilai probabilitas 0,05 *lebih kecil* atau *sama dengan* nilai probabilitas *Sig* atau ($0,05 \leq Sig$), maka H_o diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan
- Jika nilai probabilitas 0,05 *lebih besar* atau *sama dengan* nilai probabilitas *Sig* atau ($0,05 \geq Sig$), maka H_o ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan

Keputusan :

Terlihat bahwa pada kolom *Sig* (signifikan) pada Tabel 5.13 *Coefficients* Model 1 sub-struktur 2 didapat nilai *Sig* 0,044 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau $0,05 > Sig$ maka H_o ditolak dan H_a diterima artinya koefisien analisis jalur adalah *signifikan* . Jadi, fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berkontribusi secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Uji secara individual ditunjukkan oleh Tabel 5.4 *Coefficients* Model 1 sub-struktur 2.

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi hipotesis statistik sebagai berikut :

$$H_a : \rho_{zx_2} > 0$$

$$H_o : \rho_{zx_2} = 0$$

Hipotesis bentuk kalimat :

Ha : Pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Ho : Pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Keputusan :

Terlihat bahwa pada kolom Sig (signifikan) pada Tabel 5.13 *Coefficients* Model 1 sub-struktur 2 didapat nilai Sig 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau $0,05 > Sig$ maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya koefisien analisis jalur adalah *signifikan* . Jadi, pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Kepuasan pelanggan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Uji secara individual ditunjukkan oleh Tabel 5.13 *Coefficients* Model 1 sub-struktur 2. Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi hipotesis statistik sebagai berikut :

Ha : $pzy > 0$

Ho : $pzy = 0$

Hipotesis bentuk kalimat :

Ha : Kepuasan pelanggan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Ho : Kepuasan pelanggan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Keputusan :

Terlihat bahwa pada kolom Sig (signifikan) pada Tabel 5.13 *Coefficients* Model 1 sub-struktur 2 didapat nilai Sig 0,006 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau $0,05 > Sig$ maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya koefisien analisis jalur adalah *signifikan* . Jadi, kepuasan pelanggan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

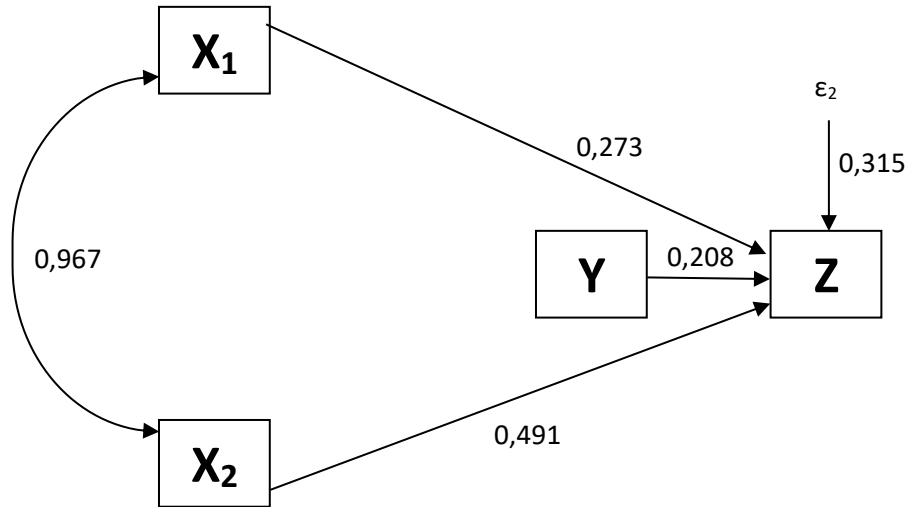
Berdasarkan hasil analisis jalur sub-struktur 2 (X_1 ; X_2 ; Y dan Z) yang terlihat pada Tabel 5.13 *Coefficients* Model 1 sub-struktur 2 masing – masing diperoleh nilai :

a) $pzx_1 = \text{Beta} = 0,273$ [$t = 2,043$ dan probabilitas (sig) = 0,044]

b) $p_{zx_2} = \text{Beta} = 0,491$ [t = 3,876 dan probabilitas (sig) = 0,000]

c) $P_{zy} = \text{Beta} = 0,208$ [t = 2,832 dan probabilitas (sig) = 0,006]

Besarnya koefisien diterminan (kontribusi) X_1 , X_2 , dan Y secara simultan terhadap Z sebesar ($R_{\text{square}} = R^2_{zyx_2x_1}$) = 0,901 (Tabel 5.14 Summary Model 1 - Sub-Struktur 2) dan besar koefisien residu $p_{z\epsilon_2} = \sqrt{1-0,901} = \sqrt{0,099} = 0,315$. Dengan demikian didapat diagram jalur sub-struktur 2 adalah seperti Gambar 5.5 berikut :



Gambar 5.5 : Hubungan Kausal Empiris Sub-Struktur 2 Variabel X_1 , X_2 , dan Y terhadap Z

5.1.4 Pengujian Kesesuaian Model (Koefisien Q) dan Uji Asumsi

5.1.4.1 Pengujian Kesesuaian Model (Koefisien Q)'

Uji kesesuaian model (*goodness-of-fit test*) dimaksudkan untuk menguji apakah model yang diusulkan memiliki kesesuaian (*fit*) dengan data atau tidak. Shumacker & Lomax, dalam Riduan, 2007 mengatakan bahwa dalam analisis jalur untuk suatu model yang diusulkan dikatakan *fit* dengan data apabila matriks korelasi sampel tidak jauh berbeda dengan matriks korelasi estimasi (*reproduced correlation matrix*) atau korelasi yang diharapkan (*expected correlation matrix*). Oleh karena itu, menurut Bachrudin & Harapan Tobing, dalam Riduan, 2007, rumusan hipotesis statistik kesesuaian model analisis jalur dirumuskan seperti berikut :

$H_a : R \neq R(\omega)$: Matriks korelasi estimasi **berbeda** dengan matriks korelasi sampel

$H_o : R = R(\omega)$: Matriks korelasi estimasi **tidak berbeda (sama)** dengan matriks korelasi sampel

Schumacker & Lomax, dalam Riduan, 2007, memberikan petunjuk bagaimana menguji kesesuaian model analisis jalur dengan uji statistik kesesuaian model koefisien Q dengan rumus : $Q = \frac{1 - R_m^2}{1 - M}$

$$1 - M$$

Dimana Q = Koefisien Q

$$R_m^2 = 1 - (1 - R^2_1) \cdot (1 - R^2_2) \cdot \dots \cdot (1 - R^2_p)$$

$$M = R_m^2 \text{ setelah dilakukan } \textit{trimming}$$

Apabila Q = 1 mengindikasikan model *fit* sempurna. Jika Q < 1 untuk menentukan *fit* tidaknya model maka statistik koefisien Q perlu diuji dengan statistik W yang dihitung dengan rumus :

$$W_{\text{hitung}} = - (N - d) \ln Q$$

Keterangan :

N = Menunjukkan ukuran sampel

d = banyaknya koefisien jalur yang tidak signifikan sama dengan *degree of freedom* = derajat bebas)

R_m^2 = koefisien determinasi multiple untuk model yang diusulkan

M = Menunjukkan koefisien determinasi multiple (R_m^2) setelah koefisien jalur yang tidak signifikan yang dihilangkan

Dasar pengambilan keputusan (Riduan, 2007) :

- Jika $W_{\text{hitung}} \geq X^2(df ; \alpha)$, tolak H_0 (berarti matriks korelasi sampel **berbeda** dengan matriks korelasi estimasi), maksudnya kedua model tersebut **signifikan**.
- Jika $W_{\text{hitung}} \leq X^2(df ; \alpha)$, terima H_0 (berarti matriks korelasi sampel **tidak berbeda (sama)** dengan matriks korelasi estimasi), maksudnya kedua model tersebut **tidak signifikan**.

Pengujian Statistik :

Koefisien determinasi multipel untuk model yang diusulkan dari diagram jalur tersebut diperoleh koefisien determinasi untuk nilai :

$$R_1^2 = 0,812 \text{ (Tabel 5.2 Summary Model 1 – Sub-Struktur 1)}$$

$$R_2^2 = 0,901 \text{ (Tabel 5.14 Summary Model 1 – Sub-Struktur 2)}$$

$$\begin{aligned} R_m^2 &= 1 - [(1 - 0,812) (1 - 0,901)] \\ &= 1 - [(0,188) (0,099)] \end{aligned}$$

$$= 1 - 0,0186$$

$$= 0,981$$

Koefisien determinan multipel (R^2_m) setelah koefisien jalur yang tidak signifikan yang dihilangkan dan nilai tersebut diambil dari :

$$R_1^2 = 0,807 \text{ (Tabel 5.6 Summary Model 2 – sub-struktur 1)}$$

$$R_2^2 = 0,901 \text{ (Tabel 5.14 Summary Model 1 – sub-struktur 2)}$$

$$M = 1 - [(1 - 0,807) (1 - 0,901)]$$

$$= 1 - [(0,193) (0,099)]$$

$$= 1 - (0,0191)$$

$$= 0,9809$$

$$= 0,981$$

$$Q = \frac{1 - R^2_m}{1 - M}$$

$$= \frac{1 - 0,981}{1 - 0,981}$$

$$= \frac{0,019}{0,019}$$

$$= 1$$

Diperoleh $Q = 1$, dengan demikian mengindikasikan bahwa model *fit* sempurna atau dapat disimpulkan bahwa kedua model yang diperoleh pada persamaan sub-struktur 1 dan 2 adalah signifikan. Sehingga kedua model tersebut dapat menjelaskan dan mampu menggeneralisasikan tentang fenomena yaitu variabel kepuasan pelanggan (Y) dan loyalitas pelanggan (Z) dengan baik.

5.1.4.2 Pengujian Uji Asumsi

1. Persamaan struktur 1

a. Uji Normalitas Data

Pengujian ini dilakukan untuk melihat kenormalan distribusi data penelitian dengan cara membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi

kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal dan plot data akan dibandingkan dengan garis diagonal tersebut. Jika data menyebar normal disekitar diagonal, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, dan atau tidak mengikuti arah diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. (Imam Ghazali, dalam Suratman, 2011).

Hasil uji penelitian ini menunjukkan gambaran histogram bel shape dan normal P Plot, yang berarti terpenuhi asumsi normalitas data.

- b. Asumsi Linearitas (p value < 0,05)

Hasil uji penelitian ini menunjukkan p value sebesar 0,000 (< 0,05) seperti terlihat pada lampiran (Tabel Anova) yang berarti terpenuhi asumsi linear

2. Persamaan struktur 2

- a. Uji Normalitas Data

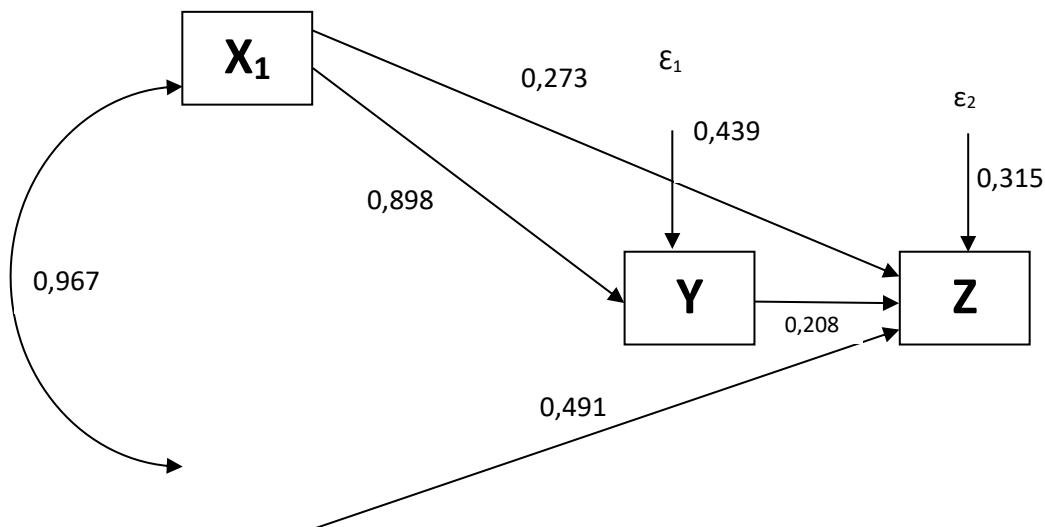
Hasil uji penelitian ini menunjukkan gambaran histogram bel shape dan normal P Plot, yang berarti terpenuhi asumsi normalitas data.

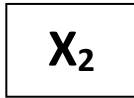
- b. Asumsi Linearitas (p value < 0,05)

Hasil uji penelitian ini menunjukkan p value sebesar 0,000 (< 0,05) seperti terlihat pada lampiran (Tabel Anova) yang berarti terpenuhi asumsi linear

5.1.5 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Berdasarkan hasil dari koefisien jalur pada sub-struktur 1 dan sub-struktur 2, maka dapat digambarkan secara keseluruhan yang menggambarkan hubungan kausal empiris antarvariabel X_1 , X_2 , dan Y terhadap Z sebagai berikut :





Gambar 5.6 : Hubungan Kausal Empiris Sub-Struktur 1 dan Sub-Struktur 2

Hasil dari koefisien jalur pada sub-struktur 1 dan sub-struktur 2 di dapat persamaan struktur sebagai berikut :

Persamaan Sub-Struktur 1 :

$$Y = p_{yx_1} X_1 + p_{y\varepsilon_1}$$

$$= 0,898 X_1 + 0,439\varepsilon_1$$

Persamaan Sub-Struktur 2 :

$$Z = p_{zx_1} X_1 + p_{zx_2} X_2 + p_{zy}Y + p_{z\varepsilon_2}$$

$$= 0,273X_1 + 0,491X_2 + 0,208Y + 0,315\varepsilon_2$$

Berdasarkan Gambar 5.6 di atas, diperoleh pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hal ini dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 5.15
Pengaruh langsung, total, dan bersama X_1 , X_2 , Y terhadap Z

Pengaruh Variabel	Pengaruh			Pengaruh Bersama
	Langsung	Tidak Langsung	Total	
$X_1 \rightarrow Y$	0,806	–	0,806	
$X_1 \rightarrow Z$	0,074	0,187	0,261	
$X_2 \rightarrow Z$	0,241	–	0,241	
$Y \rightarrow Z$	0,043	–	0,043	
$X_1, X_2, Y \rightarrow Z$	–	–	–	0,901
ε_1	0,194	–	–	
ε_2	0,099	–	–	

Berdasarkan Tabel 5.15 di atas, hasil temuan penelitian secara objektif untuk menjawab hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

1. Variabel fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X_1) yang diukur oleh variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tinggi rendahnya kepuasan pelanggan. Variabel fasilitas dengan sub – variabel TV, AC, sofa, sistem antrian dan bell secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh variabel fasilitas yang secara langsung berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan sebesar $0,806 \times 100\% = 80,6\%$.
2. Variabel pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Variabel pelayanan petugas dengan sub – variabel ramah, komunikatif, cepat, teliti dan sopan secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Variabel fasilitas (X_1) dan pelayanan petugas (X_2) di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), berdasarkan pengujian koefisien jalur sub-struktur 1 didapatkan bahwa hanya koefisien jalur (X_1) terhadap (Y) yang secara statistik signifikan sedangkan koefisien jalur (X_2) terhadap (Y) secara statistik tidak signifikan. Besarnya pengaruh fasilitas (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar $0,806 \times 100\% = 80,6\%$ dan sisanya sebesar $0,194 \times 100\% = 19,4\%$ dipengaruhi faktor – faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.
4. Variabel kepuasan pelanggan (Y) yang diukur oleh variabel loyalitas pelanggan (Z) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tinggi rendahnya loyalitas pelanggan. Besarnya pengaruh variabel kepuasan pelanggan yang secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar $0,043 \times 100\% = 4,3\%$.
5. Variabel fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X_1) yang diukur oleh variabel loyalitas pelanggan (Z) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tinggi rendahnya loyalitas pelanggan. Besarnya pengaruh variabel fasilitas yang secara langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar $0,074 \times 100\% = 7,4\%$. Selain itu variabel (X_1) juga berpengaruh secara tidak langsung melalui variabel intervening (Y). Pengaruh tidak langsung variabel fasilitas (X_1) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Z) melalui variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar $p_{yx_1} \cdot p_{zy} = (0,898) \cdot (0,208) = 0,187$

$x 100\% = 18,7\%$. Dengan demikian pengaruh total variabel (X_1) terhadap variabel (Z) adalah sebesar gabungan dari pengaruh langsung dan tidak langsung tersebut di atas yaitu $0,261 \times 100\% = 26,1\%$.

6. Variabel pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X_2) yang diukur oleh variabel loyalitas pelanggan (Z) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tinggi rendahnya loyalitas pelanggan. Besarnya pengaruh variabel fasilitas yang secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar $0,241 \times 100\% = 24,1\%$.
7. Besarnya kontribusi variabel fasilitas (X_1), variabel pelayanan petugas (X_2), dan variabel kepuasan pelanggan (Y) berpengaruh secara simultan yang langsung mempengaruhi variabel loyalitas pelanggan (Z) berdasarkan pengujian koefisien jalur sub-struktur 2 didapatkan bahwa koefisien jalur (X_1), (X_2) dan (Y) secara simultan secara statistik signifikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian hasil temuan analisis ini memberikan informasi, bahwa fasilitas (X_1), pelayanan petugas (X_2) dan kepuasan pelanggan (Y) di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Z) sebesar $0,901 \times 100\% = 90,1\%$ dan sisanya sebesar $0,099 \times 100\% = 9,9\%$ dipengaruhi faktor – faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

5.2 Pembahasan

5.2.1 Pengaruh Variabel Fasilitas (TV, AC, Sofa, Sistem Antrian dan Bell) di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X_1) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X_1) berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 80,6%. Variabel fasilitas dengan subvariabel TV, AC, sofa, sistem antrian dan bell secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Koefisien jalur variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan adalah 0,898. Variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan memiliki koefisien bertanda positif sebesar 0,898. Artinya setiap kenaikan variabel fasilitas sebesar 1 kali, diprediksi akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,898 kali. Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan kepuasan pelanggan harus diupayakan meningkatkan atau melengkapi fasilitas yang diharapkan oleh pelanggan.

Fasilitas pelayanan adalah sesuatu yang berwujud (*tangible*) yang meliputi aspek desain interior dan eksterior ruangan, kebersihan dan kenyamanan, kelengkapan ruangan atau gedung, kerapian dan kebersihan petugas, kelengkapan dan kecanggihan peralatan yang ada (Suratman, 2011).

Beberapa fasilitas yang dapat dianggap berhubungan dengan kepuasan pelanggan pada saat datang di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura adalah : Televisi (TV), *Air Conditioner* (AC), bangku ruang tunggu yang nyaman (Sofa), diberikannya sistem antrian, dan adanya bell di *counter* farmasi. Fasilitas – fasilitas tersebut memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap kepuasan pelanggan yakni sebesar 80,6%.

Hasil penelitian ini, diperkuat dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Kotler , dalam Sofyan, 2013 yang menyatakan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

Sedangkan menurut Lupioadi, dalam Sofyan, 2013 menyatakan bahwa fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan dan peralatan. Yang termasuk fasilitas dapat berupa alat, benda-benda, perlengkapan, ruang tempat kerja.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sofyan dkk, 2013 bahwa pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen *Star Clean Car Wash* Semarang berdasarkan penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dimana hasil uji korelasi menunjukkan kekuatan hubungan yang kuat yaitu sebesar 0,655, artinya setiap perubahan fasilitas yang kecil/sedikit akan mempengaruhi perubahan kepuasan konsumen yang jauh lebih besar. Dan nilai koefisien determinasinya sebesar 0,429 (42,9%), artinya 42,9% variabel kepuasan dapat dijelaskan oleh variabel fasilitas.

Menurut Tjiptono, 2006, desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan. Dimana nyaman konsumen menandakan sesuai dengan harapan yang diinginkan atau melampaui harapan oleh konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif

yang dipilih sekurang-kurangnya memberi hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Sehingga fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal.

Jadi berdasarkan teori yang telah ada dikatakan bahwa fasilitas dapat membuat konsumen menjadi nyaman karena sesuai dengan harapan dimana didapatkan hasil yang sama pada penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Subvariabel fasilitas yang pertama yaitu fasilitas berupa pesawat televisi (TV), diharapkan oleh pelanggan karena sambil menunggu resep disiapkan oleh petugas yang memerlukan waktu tidak sebentar apalagi di saat *peak hour* maka sarana hiburan berupa pesawat TV sangat bermanfaat atau diperlukan oleh pelanggan untuk menghilangkan kejenuhan. Pelanggan dapat meng *up date* informasi yang mereka butuhkan sambil menunggu resep selesai dikerjakan oleh petugas. Hal ini sejalan dengan pengertian TV oleh Tamimi, 2010 yang menyatakan bahwa televisi merupakan media komunikasi yang menyediakan berbagai informasi yang *up date* . dan menyebarkannya kepada khalayak umum.

Subvariabel fasilitas yang kedua yaitu fasilitas berupa *Air Conditioner* (AC), diharapkan oleh pelanggan karena sambil menunggu resep disiapkan oleh petugas yang memerlukan waktu tidak sebentar apalagi di saat *peak hour* maka kenyamanan suhu di ruang tunggu sangat diharapkan oleh pelanggan. Hal ini sesuai dengan pendapat Hendri, 2010, yang menyatakan bahwa *Air Conditioner* (AC) adalah perangkat teknik untuk mengkondisikan lingkungan untuk berbagai keperluan. Pengkondisian lingkungan adalah usaha untuk mengatur dan mengontrol besaran-besaran yang memenuhi kondisi tertentu yaitu kondisi yang lain daripada yang diberikan oleh iklim alam dengan cara non alamiah. Manusia selalu menginginkan kondisi lingkungan yang serba nyaman (*comfortable*).

Subvariabel fasilitas yang ketiga yaitu fasilitas berupa bangku ruang tunggu yang nyaman (sofa), diharapkan oleh pelanggan karena sambil menunggu resep disiapkan oleh petugas yang memerlukan waktu tidak sebentar apalagi di saat *peak hour* maka kenyamanan tempat duduk di ruang tunggu sangat diharapkan oleh pelanggan. Hal ini sesuai dengan pengertian sofa yang dinyatakan oleh Grahita, bahwa sofa secara umum dapat diartikan sebagai kursi panjang yang

memiliki lengan dan sandaran, berlapis busa dan *upholstery* (kain pelapis). Istilah sofa berasal dari kata *sopha* yang memiliki arti sebagai tempat duduk seperti dipan/tempat tidur.

Subvariabel fasilitas yang keempat yaitu fasilitas berupa sistem antrian, diharapkan oleh pelanggan karena pelanggan sangat memerlukan informasi yang jelas kapan atau diurutan berapa resep mereka dikerjakan, sehingga mereka dapat memutuskan apakah perlu menunggu atau ditinggal dulu untuk melakukan aktifitas yang lain. Menurut Purwanto, 2012 antrian timbul disebabkan oleh kebutuhan akan layanan melebihi kemampuan (kapasitas) pelayanan atau fasilitas layanan, sehingga pengguna fasilitas yang tiba tidak segera mendapat layanan disebabkan kesibukan layanan.

Subvariabel fasilitas yang kelima yaitu fasilitas berupa sarana bell yang tersedia di *counter* farmasi, diharapkan oleh pelanggan untuk dapat segera berkomunikasi dengan petugas saat petugas sedang tidak berada di *counter*. Pelanggan tinggal menekan bell dan petugas akan segera datang untuk memberikan pelayanan.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel fasilitas yaitu TV, AC, sofa, sistem antrian dan bell yang ada di IFRS Islam Jakarta Sukapura berpengaruh sangat besar terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan sangat membutuhkan fasilitas seperti tersebut di atas sambil menunggu pelayanan resep selesai dikerjakan oleh petugas karena fasilitas ini akan dapat mengatasi kejenuhan dan memberikan kenyamanan saat mereka menunggu waktu pelayanan.

Hal ini sesuai dengan pendapat Kasmir, dalam Wibowo, 2009 yang menyatakan bahwa salah satu hal yang penting diperhatikan dalam melayani pelanggan selain kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu harus dilengkapi berbagai fasilitas yang membuat pelanggan merasa nyaman atau betah dalam ruangan tersebut. Karena kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan membuat pelanggan merasa betah untuk berurusan dengan perusahaan.

Dengan demikian maka fasilitas yang diharapkan oleh pelanggan sebaiknya benar – benar dapat dipenuhi dan dipelihara dengan baik agar kepuasan pelanggan dapat selalu terjaga.

5.2.2 Pengaruh Variabel Pelayanan Petugas (Ramah, Komunikatif, Cepat, Teliti dan Sopan) di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X₂) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X_2) tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Variabel pelayanan petugas dengan subvariabel ramah, komunikatif, cepat, teliti dan sopan secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pelayanan adalah merupakan suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya atau konsumennya (Kasmir, dalam Wibowo 2009). Secara umum pelayanan dapat diartikan dengan melakukan kegiatan atau perbuatan yang hasilnya ditujukan untuk kepentingan orang lain, baik perorangan, kelompok atau masyarakat. Pelayanan timbul karena adanya kewajiban sebagai suatu proses penyelenggaraan kegiatan organisasi, baik organisasi pemerintah maupun organisasi swasta (Moenir, dalam Wibowo, 2009).

Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki. Adapun ciri – ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut (Kasmir, dalam Wibowo, 2009) :

1. Tersedianya karyawan yang baik

Kenyamanan pelanggan sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya, oleh karena itu karyawan harus ramah, sopan dan menarik. Disamping itu, karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara menyenangkan, mampu memikat dan mengambil hati pelanggan sehingga pelanggan semakin tertarik.

2. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik.

Salah satu hal yang penting diperhatikan dalam melayani pelanggan selain kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu harus dilengkapi berbagai fasilitas yang membuat pelanggan merasa nyaman atau betah dalam ruangan tersebut. Karena kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan membuat pelanggan merasa betah untuk berurusan dengan perusahaan.

3. Bertanggungjawab kepada setiap pelanggan sejak awal sampai selesai

Bertanggungjawab kepada pelanggan sejak awal hingga selesai artinya dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai.

4. Mampu melayani secara cepat dan tepat.

Mampu melayani secara cepat dan tepat artinya dalam melayani pelanggan diharapkan harus melakukannya sesuai prosedur. Melayani secara cepat artinya melayani dalam batasan waktu yang normal. Pelayanan untuk setiap transaksi sudah memiliki standar waktu. Maksud ketepatan dalam hal ini adalah berusaha meminimalisir kesalahan dalam hal pembicaraan maupun pekerjaan, karena kesalahan akan membuat pelanggan kesal yang menimbulkan anggapan perusahaan tidak profesional.

5. Mampu berkomunikasi dengan baik.

Mampu berkomunikasi artinya pemberi layanan harus mampu berbicara kepada setiap pelanggan, serta dengan cepat memahami keinginan pelanggan. Komunikasi harus dapat membuat pelanggan senang sehingga jika pelanggan memiliki masalah, pelanggan tidak segan – segan mengemukannya kepada pemberi layanan.

6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.

Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi artinya pemberi layanan harus menjaga kerahasiaan pelanggan terutama yang berkaitan dengan keuangan dan pribadi pelanggan. Pada dasarnya, menjaga rahasia pelanggan sama artinya dengan menjaga rahasia perusahaan.

7. Memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik.

Pemberi layanan harus dididik khusus mengenai kemampuannya dan pengetahuannya untuk menghadapi pelanggan atau kemampuan dalam bekerja. Kemampuan dalam bekerja akan mampu mempercepat proses pekerjaan sesuai dengan waktu yang diinginkan.

8. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan.

Berusaha memahami kebutuhan pelanggan artinya pemberi layanan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh pelanggan. Petugas pemberi layanan harus lebih dulu berusaha untuk mengerti kemauan pelanggan dengan cara mendengar penjelasan, keluhan atau kebutuhan pelanggan secara baik agar pelayanan terhadap keluhan atau keinginan yang diharapkan tidak salah.

9. Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan.

Kepercayaan merupakan ujung tombak perusahaan untuk menjalankan aktivitasnya. Sekali pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pelanggan, maka akan menimbulkan kepercayaan. Dengan demikian calon pelanggan mau menjadi pelanggan perusahaan

bersangkutan karena telah memiliki kepercayaan terhadap produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Beberapa penelitian yang menunjukkan hubungan antara pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah studi yang telah dilakukan oleh Wibowo, 2009, yang hasilnya adalah bahwa terdapat hubungan yang kuat antara pelayanan jasa indosatM2 terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,693. Berdasarkan uji hipotesis diperoleh nilai positif sebesar 9.312, hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan jasa indosatM2 terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat pengaruh sebesar 48%. Sehingga hipotesis yang menyatakan ada pengaruh antara pelayanan jasa indosatM2 terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

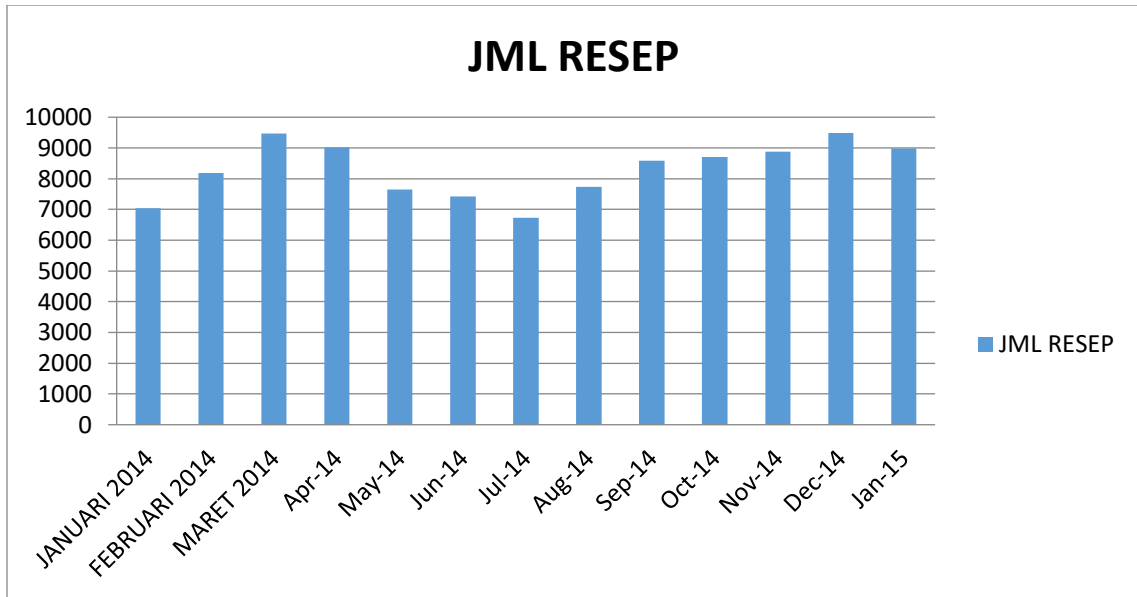
Penelitian lain adalah yang dilakukan oleh Sofyan dkk, 2013, dengan hasil penelitian bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Star Clean Car Wash* Semarang sebesar 53,3%.

Namun demikian hasil penelitian yang kami lakukan ini berbeda dengan teori maupun hasil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya seperti telah dijelaskan di atas. Beberapa hal yang dapat menjelaskan hasil penelitian ini bahwa pelayanan petugas di IFRS Islam Jakarta Sukapura tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan adalah RSIJ Sukapura adalah RS tipe C dengan pangsa pasar menengah ke bawah dan sebagian besar yaitu kurang lebih 70% adalah pasien dengan jaminan BPJS, dengan demikian dapat dikatakan bahwa RS ini dengan tarif ekonomis sehingga pelanggan yang datang untuk menebus resep sudah sejak dari awal tidak berharap bahwa pelayanan petugas akan ramah, cepat, komunikatif, teliti dan sopan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Nurmalina R, 2007, bahwa proses pengambilan keputusan pembelian, dan kepuasan konsumen terhadap beras pada ketiga kelas sosial yang berbeda (kelas bawah, menengah, dan atas). Kinerja yang harus segera ditingkatkan berdasarkan preferensi dan kepuasan konsumen kelas atas adalah kemudahan mendapatkan produk dan pelayanan penjual. Konsumen kelas menengah dan bawah mempunyai preferensi dan kepuasan terhadap produk. Bahwa setiap kelas sosial memiliki perbedaan kebutuhan, keinginan, harapan dan pola konsumsi. Kelas atas dan kelas menengah atas biasanya cenderung berinvestasi lebih dari orang-orang kelas sosial lainnya. Untuk memenuhi nilai-nilai konsumen, kebutuhan dan harapan dari semua kelas sosial, perusahaan harus mengembangkan penawaran berbeda untuk konsumen sesuai kelas sosialnya. Hal ini terjadi di RSIJ Sukapura dengan pelanggan kelas sosial menengah ke bawah maka preferensi dan kepuasan pelanggan tersebut bukan terhadap pelayanan petugas.

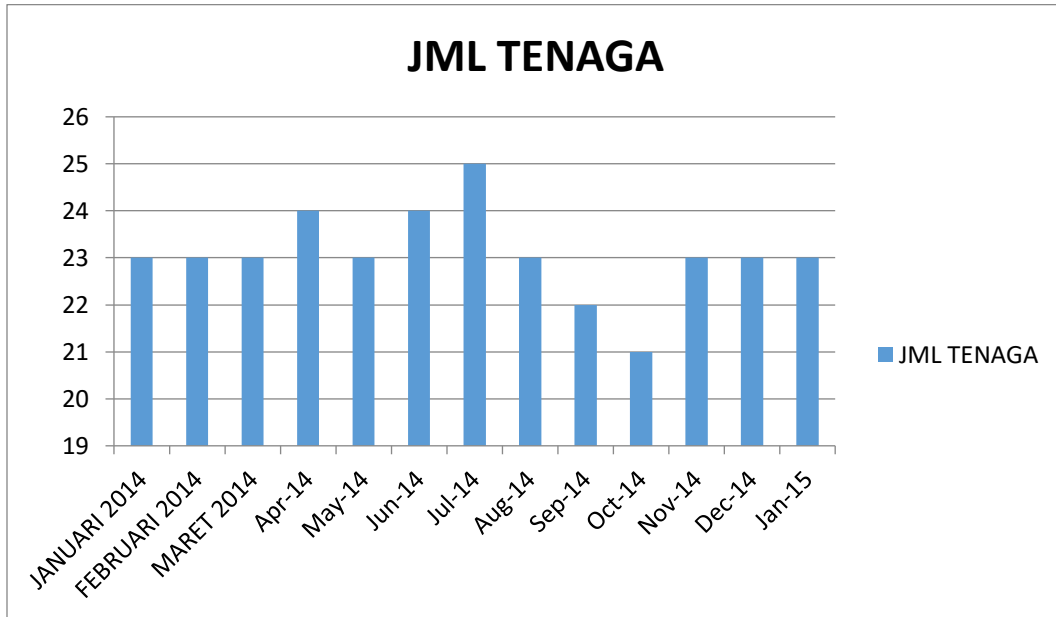
Peneliti menilai bahwa pelayanan petugas pada situasi beban kerja rendah maka petugas cenderung memberikan pelayanan yang ramah, komunikatif, cepat, teliti dan sopan. Dan sebaliknya pada situasi beban kerja tinggi (*peak hour*) maka petugas cenderung melakukan pelayanan yang kurang dalam hal keramahan, komunikatif, kecepatan, ketelitian dan kesopanan. Faktor lain yang peneliti anggap berpengaruh terhadap sikap petugas dalam memberikan pelayanan yang kurang maksimal adalah jumlah tenaga yang ada di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Jakarta Sukapura masih kurang dimana saat ini jumlah total tenaga sebanyak 23 orang dengan perincian sebagai berikut :

1. Tenaga Apoteker berjumlah 2 orang tidak hanya melaksanakan tugas fungsional akan tetapi juga manajerial.
2. Tenaga Asisten Apoteker berjumlah 4 orang bertugas di pelayanan farmasi rawat inap untuk dua shift (pagi dan sore)
3. Tenaga Asisten Apoteker berjumlah 2 orang sedang libur sesuai jadwal shift
4. Tenaga non kefarmasian yang berjumlah 2 orang dibagi 2 shift (pagi dan sore)
5. Tenaga Asisten Apoteker berjumlah 2 orang bertugas di gudang farmasi untuk 2 shift (pagi dan sore)
6. Tenaga Asisten Apoteker berjumlah 11 orang untuk pelayanan farmasi rawat jalan dibagi 3 shift yaitu pagi 5 orang, sore 4 orang dan malam 2 orang.

Dengan komposisi jumlah tenaga di pelayanan farmasi rawat jalan tersebut, maka dapat terlihat bahwa jumlah tenaga yang memberikan pelayanan pada saat *peak hour* dirasakan kurang dimana kesibukan petugas tinggi. Kesibukan ini disebabkan peningkatan jumlah resep pelayanan farmasi rawat jalan terutama sejak diberlakukannya program Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) oleh pemerintah pada bulan Januari 2014. Perbandingan peningkatan jumlah resep dan jumlah tenaga yang ada di IFRS Islam Jakarta Sukapura sejak bulan Januari 2014 sampai dengan Januari 2015 adalah seperti grafik berikut ini :



Grafik 5.7 : Grafik jumlah resep di IFRS Islam Jakarta Sukapura bulan Januari 2014 sampai Januari 2015



Grafik 5.8 : Grafik jumlah tenaga di IFRS Islam Jakarta Sukapura bulan Januari 2014 sampai Januari 2015

Dari kedua `grafik tersebut terlihat bahwa pada bulan Desember 2014 adalah bulan dengan jumlah resep terbanyak yaitu sebanyak 9.487 lembar resep akan tetapi jumlah tenaga yang ada sama dengan bulan sebelumnya yaitu sebanyak 23 tenaga. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2014 sampai dengan Januari 2015, dapat dimengerti apabila beban kerja petugas farmasi meningkat tetapi tidak diiringi dengan peningkatan jumlah tenaga.

Kondisi tersebut menyebabkan pelayanan yang diberikan oleh petugas terhadap pelanggan menjadi kurang maksimal. Sebaiknya dilakukan analisa beban kerja secara detail untuk mengetahui berapa jumlah tenaga yang diperlukan untuk memberikan pelayanan di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Jakarta Sukapura sehingga pelayanan petugas dapat memberikan kontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan pada akhirnya kepuasan pelanggan dapat meningkat.

5.2.3 Pengaruh Variabel Fasilitas (TV, AC, Sofa, Sistem Antrian dan Bell) (X_1) dan Pelayanan Petugas (Ramah, Komunikatif, Cepat, Teliti dan Sopan) (X_2) di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)

Dari Tabel Anova (Tabel 5.3) diperoleh nilai F untuk model 1 Sub-Struktur 1 adalah sebesar 211,505 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000. Karena nilai $\text{sig} < 0,05$ maka keputusannya adalah variabel fasilitas dan pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan oleh sebab itu, pengujian secara individual dapat dilakukan atau dilanjutkan.

Dari hasil pengujian selanjutnya diperoleh hasil bahwa variabel fasilitas (X_1) dan pelayanan petugas (X_2) di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), berdasarkan pengujian koefisien jalur sub-struktur 1 didapatkan bahwa hanya koefisien jalur (X_1) terhadap (Y) yang secara statistik signifikan sedangkan koefisien jalur (X_2) terhadap (Y) secara statistik tidak signifikan. Besarnya pengaruh variabel fasilitas (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 80,6%. Variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan memiliki koefisien bertanda positif sebesar 0,898. Artinya setiap kenaikan variabel fasilitas sebesar 1 kali, diprediksi akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,898 kali. Dapat diartikan bahwa pengaruh variabel fasilitas ini sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan karena lebih dari 80%, sehingga pengaruh variabel pelayanan petugas terhadap kepuasan pelanggan menjadi sangat rendah atau tidak berpengaruh secara signifikan.

Sebaiknya dilakukan penelitian oleh peneliti lain lebih lanjut mengenai pelayanan petugas terhadap pelanggan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura secara lebih detail berdasarkan kepribadian petugas, masa atau lama kerja petugas, umur petugas dll.

Pada saat pelanggan menunggu proses pelayanan resep, maka pelanggan menggunakan salah satu fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam kaitannya dengan hal tersebut maka kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan tambahan, sarana komunikasi, prasarana hiburan, penyediaan kebutuhan makan dan minum serta penampilan karyawan akan menjadi suatu hal yang diperhatikan dan penting untuk mempersepsikan perusahaan di mata konsumen. Dalam penelitian ini variabel fasilitas terdiri dari subvariabel TV, AC, sofa, sistem antrian dan bell sedangkan variabel pelayanan petugas terdiri dari subvariabel ramah, komunikatif, cepat, teliti dan sopan.

Dari hasil penelitian bahwa pengaruh variabel fasilitas terhadap variabel kepuasan pelanggan jauh lebih tinggi dibanding pengaruh variabel pelayanan petugas terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini dimungkinkan karena pelanggan sangat membutuhkan fasilitas yang nyaman dan memadai selama mereka menunggu pelayanan resep selesai dikerjakan oleh petugas dan mereka tidak terlalu mengharapkan pelayanan petugas yang ramah, komunikatif, cepat, teliti dan sopan. Dari wawancara yang peneliti lakukan terhadap beberapa pelanggan mereka memang sangat membutuhkan kenyamanan fasilitas selama mereka menunggu waktu pelayanan dan mereka memahami dan melihat sendiri beban kerja petugas yang tinggi terutama saat *peak hour* sehingga bisa dimaklumi dan dipahami kalau sikap atau pelayanan petugas tidak dapat optimal.

Dengan demikian maka perlu diupayakan cara agar pelayanan petugas bisa lebih dioptimalkan seperti dengan menambah jumlah tenaga sesuai analisa beban kerja atau memberikan pelatihan secara intensif tentang bagaimana melayani pelanggan agar pengaruh pelayanan petugas dapat berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat lebih ditingkatkan.

5.2.4 Pengaruh Variabel Kepuasan Pelanggan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (Y) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Z)

Variabel kepuasan pelanggan (Y) yang diukur oleh variabel loyalitas pelanggan (Z) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tinggi rendahnya loyalitas pelanggan.

Besarnya pengaruh variabel kepuasan pelanggan yang secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 4,3%.

Koefisien jalur variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah 0,208. Variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan memiliki koefisien bertanda positif sebesar 0,208. Artinya setiap kenaikan variabel kepuasan pelanggan sebesar 1 kali, diprediksi akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,208 kali. Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan loyalitas pelanggan harus diupayakan hal – hal yang dapat memenuhi harapan pelanggan sehingga kepuasan pelanggan meningkat. Dengan demikian hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Maka dari itu, pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar segera mengetahui atribut apa dari suatu produk yang bisa membuat pelanggan tidak puas (Sutojo, 2003).

Temuan penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Fajarriani, 2013 bahwa variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Rumah Sakit Brayat Minulya Sirakarta.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sofyan dkk, 2013, bahwa pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen *Star Clean Car Wash* Semarang berdasarkan penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dimana hasil korelasi menunjukkan kekuatan hubungan yang kuat yaitu sebesar 0,662, artinya setiap perubahan yang kecil/sedikit akan mempengaruhi perubahan loyalitas yang jauh lebih besar. Dan nilai koefisien determinasinya sebesar 0,438 (43,8%), artinya 43,8% variabel loyalitas dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lain yang dilakukan oleh, Sawitri, 2013, bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan koefisien 0,461. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan Tegal Sari *Accommodation*, maka loyalitas pelanggan makin meningkat. Sebaliknya semakin rendah tingkat kepuasan pelanggan maka akan menurunkan loyalitas pelanggan.

Kepuasan adalah suatu keadaan yang dirasakan oleh seseorang (klien/pasien) setelah mengalami suatu tindakan atau hasil dari tindakan yang memenuhi harapan -harapannya. Jadi, kepuasan adalah perpaduan (fungsi) antara harapan dan persepsi terhadap tindakan atau hasil tindakan. Untuk memahami kepuasan, kita harus memahami bagaimana orang membentuk harapannya. Harapan dibentuk atas dasar pengalaman masa lalu seseorang dengan situasi yang sama atau serupa, pernyataan dari teman atau kerabat lain, pernyataan dari rumah sakit sendiri. Jadi, dapat tidaknya rumah sakit memuaskan klien/pasien tidak hanya ditentukan oleh kinerjanya, tetapi juga oleh harapan yang diciptakannya,. Jika rumah sakit menciptakan harapan yang terlalu tinggi, maka kemungkinan akan tidak memuaskan pasien/kliennya (Hartono, 2010).

Loyalitas merupakan istilah kuno yang secara tradisional telah digunakan untuk melukiskan kesetiaan dan pengabdian kepada negara, cita – cita, atau individu. Dalam konteks bisnis, loyalitas digunakan untuk melukiskan kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang, lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan suka rela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman – temannya (Lovelock dan Wright, 2007).

Menurut Engel, et al dalam Sofyan, 2013 kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan. Pelanggan adalah seseorang yang merasa kontinyu dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut. Menurut Fredeick F Reicheld (dalam Sofyan, 2013), jika konsumen mempunyai keinginan penuh membeli suatu produk/ layanan tertentu lagi, pada saat konsumen membutuhkan produk/layanan tersebut, itulah yang disebut loyalitas. Konsumen yang puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama (Solomon dalam Sofyan, 2013). Maka dari itu dengan adanya kepuasan pelanggan, dapat menimbulkan loyalitas konsumen.

5.2.5 Pengaruh Variabel Fasilitas (TV, AC, Sofa, Sistem Antrian dan Bell) di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X_1) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Z)

Variabel fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X_1) yang diukur oleh variabel loyalitas pelanggan (Z) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tinggi rendahnya

loyalitas pelanggan. Besarnya pengaruh variabel fasilitas yang secara langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 7,4%. Selain itu variabel (X_1) juga berpengaruh secara tidak langsung melalui variabel intervening (Y). Pengaruh tidak langsung variabel fasilitas (X_1) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Z) melalui variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 18,7%. Dengan demikian pengaruh total variabel (X_1) terhadap variabel (Z) adalah sebesar gabungan dari pengaruh langsung dan tidak langsung tersebut di atas yaitu sebesar 26,1%.

Temuan penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Fajarriani, 2013, bahwa physical support berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Sakit Brayat Minulya Surakarta.

Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan dibuat nyaman dan menarik. Unsur–unsur yang perlu dipertimbangkan dalam penyediaan fasilitas dalam usaha jasa, yaitu (Tjiptono, dalam Rahman, 2013):

- a. Pertimbangan/perencanaan spasial. Aspek–aspek seperti proporsi, tekstur, warna dan lain–lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.
- b. Perencanaan ruang. Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain–lain. Seperti penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahannya.
- c. Perlengkapan/perabotan. Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan. Yang dimaksud dengan perlengkapan dalam penelitian ini seperti: ketersediaan listrik, meja atau kursi, *internet hot spot area*, lukisan atau bacaan, peralatan tulis dan lain-lain.
- d. Tata cahaya dan warna. Tata cahaya yang dimaksud adalah adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.
- e. Pesan–pesan yang disampaikan secara grafis. Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan,

dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu. Seperti foto, gambar berwarna, poster, petunjuk peringatan atau papan informasi (yang ditempatkan pada lokasi/tempat untuk konsumen).

f. Unsur pendukung. Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti: tempat ibadah; toilet; tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, mendengarkan musik atau menonton televisi, internet area yang luas yang selalu diperhatikan tingkat keamanannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sofyan dkk, 2013, bahwa pengaruh fasilitas terhadap loyalitas konsumen *Star Clean Car Wash* Semarang berdasarkan penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dimana hasil korelasi menunjukkan kekuatan hubungan yang kuat yaitu sebesar 0,659, artinya setiap perubahan yang kecil/sedikit akan mempengaruhi perubahan loyalitas yang jauh lebih besar. Dan nilai koefisien determinasinya sebesar 0, 434 (43,4%), artinya 43,4% variabel loyalitas dapat dijelaskan oleh variabel fasilitas.

Dengan demikian sangat perlu diperhatikan dan ditingkatkan lagi sarana prasarana atau fasilitas yang dibutuhkan oleh pelanggan yang berkunjung ke RSI Jakarta Sukapura secara umum dan yang berkunjung ke bagian Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura khususnya agar loyalitas pelanggan benar – benar dapat terus dijaga atau dipertahankan bahkan ditingkatkan.

5.2.6 Pengaruh Variabel Pelayanan Petugas (Ramah, Komunikatif, Cepat, Teliti dan Sopan) di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X₂) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Z)

Variabel pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X₂) yang diukur oleh variabel loyalitas pelanggan (Z) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tinggi rendahnya loyalitas pelanggan. Besarnya pengaruh variabel pelayanan petugas yang secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 24,1%. Koefisien jalur variabel pelayanan petugas terhadap loyalitas pelanggan adalah 0,491. Variabel pelayanan petugas terhadap loyalitas pelanggan memiliki koefisien bertanda positif sebesar 0,491. Artinya setiap kenaikan variabel pelayanan petugas sebesar 1 kali, diprediksi akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,491 kali. Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan loyalitas pelanggan harus diupayakan meningkatkan pelayanan petugas yang diharapkan oleh pelanggan.

Temuan penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Fajarriani, 2013, bahwa variabel *contact person personnel* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam hal ini, hubungan antara pelayanan petugas dengan loyalitas pelanggan sangat jelas dan akan dapat berdampak profitabilitas, khususnya di bagian IFRS Islam Jakarta Sukapura, karena dengan memiliki pelanggan setia dan loyal tersebut maka perusahaan dalam hal ini Rumah Sakit memiliki jaminan produk dan jasanya akan terus dibeli dan bisnis ke depan akan berjalan lancar. Pelanggan yang setia tidak akan berpindah ke tempat lain walaupun diberi iming – iming yang menggurikan.

Kepuasan dan loyalitas pelanggan mempunyai hubungan yang saling terkait tetapi tidak selalu mendorong yang lain. Misalnya pelanggan mungkin tidak puas tetapi loyal, pelanggan ini disebut *Captives*. Hal ini juga memungkinkan bagi pelanggan yang sangat puas tetapi tidak loyal. Situasi ini terjadi pada pasar yang sangat *commoditized* dimana hanya ada sedikit atau tidak ada diferensiasi produk / jasa (Sumada, 2012).

Tipe pelanggan *Captives* atau pelanggan paksa adalah pengguna layanan yang mempunyai sedikit alternatif terhadap pelayanan yang disediakan. Demikian juga tipe pelanggan di RSII Sukapura adalah pelanggan *captives* karena sebagian besar pelanggannya adalah jaminan BPJS.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sofyan dkk, 2013, bahwa pengaruh pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen *Star Clean Car Wash* Semarang berdasarkan penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dimana hasil korelasi menunjukkan kekuatan hubungan yang kuat yaitu sebesar 0,609, artinya setiap perubahan yang kecil/sedikit akan mempengaruhi perubahan loyalitas yang jauh lebih besar. Dan nilai koefisien determinasinya sebesar 0,371 (37,1%), artinya 37,1% variabel loyalitas dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan.

Hasil penelitian lain yang sejalan dengan hasil penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Sawitri dkk, 2013, dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien 0,488. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Tegal Sari *Accommodation* maka loyalitas pelanggan akan meningkat.

Pelayanan merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pihak lain. Moenir, dalam Rahman, 2013, mendefinisikan pelayanan sebagai suatu

proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain. Kegiatan pelayanan diarahkan pada terselenggaranya layanan untuk memenuhi kepentingan perseorangan maupun umum melalui cara-cara yang tepat dan memuaskan pihak yang dilayani. Supaya pelayanan mencapai tujuan, unsur pelaku sangat menentukan. Pelaku adalah orang, badan atau organisasi yang bertanggung jawab atas terselenggaranya pelayanan (Bahtiar, 2009:13). Menurut Siagian, dalam Rahman, 2013, pelayanan secara umum ialah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan–kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka. Sehingga pelayanan merupakan suatu bentuk prosedur yang diberikan dalam upayanya memberikan kesenangan–kesenangan kepada orang lain dalam hal ini kepada pelanggan.

Menurut Endar, dalam Rahman, 2013, menyatakan bahwa dalam kaitannya dengan kualitas pelayanan agar loyalitas pelanggan semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada pelayanan lain, penyedia jasa perlu menguasai lima unsur dalam pelayanan yaitu :

1. Kecepatan, di sini adalah adalah waktu yang digunakan dalam melayani konsumen minimal sama dengan batas waktu dalam standar kualitas pelayanan yang ditentukan oleh perusahaan. Bila pelanggan menetapkan membeli suatu produk, tidak saja harga yang dinilai dengan uang tetapi juga dilihat dari faktor waktu
2. Kecepatan tanpa ketepatan dalam bekerja tidak menjamin kepuasan konsumen, karena tidak dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumen. Oleh karena itu, ketepatan sangat penting dalam pelayanan
3. Dalam melayani konsumen, para petugas pelayanan harus memberikan perasaan aman pada konsumen. Tanpa perasaan aman di dalam hatinya niscaya konsumen akan berpikir dua kali jika harus kembali ke tempat tersebut. Rasa aman yang dimaksudkan di sini adalah selain rasa aman fisik adalah rasa aman psikis.
4. Jika rasa nyaman dapat diberikan pada pelanggan, maka pelanggan akan berulang kali menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan. Jika pelanggan merasa tenang, tenteram, dalam proses pelayanan tersebut pelanggan akan memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk menjual produk atau jasa yang ditawarkan.
5. Sikap ramah kepada pelanggan juga menjadi salah satu daya tarik konsumen untuk memilih fasilitas pelayanan, sehingga sikap ramah sangat diperlukan untuk menentukan keputusan pelanggan.

Subvariabel pelayanan petugas yang pertama dalam penelitian ini adalah ramah. Sikap ramah ini sangat penting dilakukan oleh petugas dalam memberikan pelayanan agar pelanggan tetap loyal sehingga tidak berpindah ke tempat lain.

Subvariabel pelayanan petugas yang kedua dalam penelitian ini adalah komunikatif. Komunikasi (*communication*), yaitu merupakan kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen. Petugas diharapkan mampu berkomunikasi dengan baik, artinya sebagai pemberi pelayanan petugas harus mampu berbicara kepada setiap pelanggan serta dengan cepat memahami keinginan pelanggan. Komunikasi harus dapat membuat pelanggan senang sehingga jika pelanggan memiliki masalah, pelanggan tidak segan – segan untuk mengemukakan secara cepat kepada pemberi layanan, dengan demikian maka akan semakin dapat membuat pelanggan menjadi loyal.

Subvariabel pelayanan petugas yang ketiga dalam penelitian ini adalah cepat. Pelanggan yang datang untuk berobat ke Rumah Sakit atau sedang mengambil resep di bagian farmasi adalah dalam situasi yang ingin cepat dilayani sehingga pelayanan oleh petugas dituntut cepat. Melayani secara cepat artinya melayani dalam batas waktu yang normal dimana pelayanan untuk setiap transaksi sudah memiliki standar waktu. Proses pekerjaan harus sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Proses yang terlalu lama dan berbelit – belit akan membuat pelanggan menjadi tidak betah dan malas untuk menjalin kerjasama dan berhubungan kembali.

Subvariabel pelayanan petugas yang keempat dalam penelitian ini adalah teliti. Dalam memberikan pelayanan resep ketelitian sangat dituntut mengingat banyak faktor yang dapat menjadi sebab kesalahan dalam memberikan pelayanan baik dari faktor eksternal seperti tulisan dokter yang terkadang kurang jelas maupun dari faktor internal petugas yang salah dalam memberikan obat karena sangat banyak obat – obatan dengan nama maupun kemasan yang mirip. Dengan ketelitian yang tinggi maka pelanggan akan merasa aman terhadap pelayanan yang sudah diberikan dan akan berdampak pada loyalitas pelanggan.

Subvariabel pelayanan petugas yang kelima dalam penelitian ini adalah sopan. Kesopanan (*courtesy*), yang meliputi keramahan, perhatian dan sikap para petugas yang memberikan pelayanan. Kenyamanan pelanggan sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya salah satunya adalah sikap sopan dari petugas akan dapat mengambil hati pelanggan sehingga semakin tertarik dan dapat menimbulkan loyalitas.

Oleh karena itu sebaiknya seluruh petugas yang memberikan pelayanan di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura , sebelum melayani pelanggan harus mendapatkan pendidikan atau pelatihan khusus bagaimana memberikan pelayanan yang baik sehingga dapat membuat pelanggan menjadi loyal.

5.2.7 Pengaruh Variabel Fasilitas (TV, AC, Sofa, Sistem Antrian dan Bell) (X_1) dan Pelayanan Petugas (Ramah, Komunikatif, Cepat, Teliti dan Sopan) (X_2) serta Kepuasan Pelanggan (Y) di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura terhadap loyalitas pelanggan (Z)

Besarnya pengaruh variabel fasilitas (X_1), variabel pelayanan petugas (X_2), dan variabel kepuasan pelanggan (Y) berpengaruh secara simultan yang langsung mempengaruhi variabel loyalitas pelanggan (Z) berdasarkan pengujian koefisien jalur sub-struktur 2 didapatkan bahwa koefisien jalur (X_1), (X_2) dan (Y) secara simultan secara statistik signifikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan . Dengan demikian hasil temuan analisis ini memberikan informasi, bahwa fasilitas (X_1), pelayanan petugas (X_2) dan kepuasan pelanggan (Y) di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Z) sebesar 90,1% dan sisanya sebesar 9,9% dipengaruhi faktor – faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sofyan dkk, 2013, bahwa pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berdasarkan penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas. Nilai koefisien korelasi menunjukkan hubungan yang kuat yaitu sebesar 0,728, artinya setiap perubahan yang kecil/sedikit akan mempengaruhi perubahan loyalitas yang lebih besar. Dan nilai koefisien determinasinya sebesar 0,515 (51,5%). Hal ini berarti 51,5% variabel loyalitas dapat dijelaskan oleh variabel fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan.

Hal ini sesuai dengan pendapat Sunu, dalam Nurmalita, 2013 bahwa faktor – faktor yang mendorong/mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau jasa adalah sebagai berikut :

- a. Mutu pelayanan
- b. Harga yang bersaing
- c. Pelayanan dan informasi yang maksimal

- d. Citra perusahaan
- e. Produk baru dan semakin baru (*research* dan *development*)
- f. Penyajian produk yang mengikuti perkembangan dengan didukung oleh personel andal (*contact personnel*) dan sarana prasarana yang memadai (*physical support*)
- g. Kebutuhan mendadak bisa dipenuhi konsumen

Pendapat lain adalah menurut Marconi, dalam Nurmalita, 2013 menyebutkan bahwa faktor – faktor yang berpengaruh terhadap suatu produk atau jasa adalah sebagai berikut :

- a. Nilai (harga dan kualitas)
- b. Citra (baik dari kepribadian yang dimilikinya dan reputasi dari perusahaan tersebut)
- c. Kenyamanan dan kemudahan dalam pelayanan
- d. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen
- e. Pelayanan, dengan kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi loyalitas konsumen

Ada dua faktor yang secara langsung mempengaruhi mutu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan yaitu : pertama adalah faktor manusia memberikan pelayanan tersebut. Manusia yang melayani pelanggan harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara cepat dan tepat. Selain itu, mereka harus memiliki kemampuan berkomunikasi, sopan santun, ramah dan bertanggungjawab penuh terhadap pelanggannya. Kedua, pelayanan yang baik harus diikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan dan keakuratan pekerjaan. Apabila dua hal ini dapat dipenuhi maka akan dapat memberikan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya akan berdampak terhadap loyalitas pelanggan.

Oleh karena itu sangat perlu untuk dapat memenuhi atau mewujudkan hal – hal seperti tersebut di atas agar loyalitas pelanggan dapat terus dijaga dan ditingkatkan.

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X_1) berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 80,6%. Variabel fasilitas dengan subvariabel TV, AC, sofa, sistem antrian dan bell secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Koefisien jalur variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan adalah 0,898. Variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan memiliki koefisien bertanda positif sebesar 0,898. Artinya setiap kenaikan variabel fasilitas sebesar 1 kali, diprediksi akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,898 kali.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X_2) tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Variabel pelayanan petugas dengan subvariabel ramah, komunikatif, cepat, teliti dan sopan secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Dari Tabel Anova (Tabel 5.3) diperoleh nilai F untuk model 1 Sub-Struktur 1 adalah sebesar 211,505 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000. Karena nilai $\text{sig} < 0,05$ maka keputusannya adalah variabel fasilitas dan pelayanan petugas Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan oleh sebab itu, pengujian secara individual dapat dilakukan atau dilanjutkan.

Dari hasil pengujian selanjutnya diperoleh hasil bahwa variabel fasilitas (X_1) dan pelayanan petugas (X_2) di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), berdasarkan pengujian koefisien jalur sub-struktur 1 didapatkan bahwa hanya koefisien jalur (X_1) terhadap (Y) yang secara statistik signifikan sedangkan koefisien jalur (X_2) terhadap (Y) secara statistik tidak signifikan. Besarnya pengaruh variabel fasilitas (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 80,6%. Variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan memiliki koefisien bertanda positif sebesar 0,898. Artinya setiap kenaikan variabel fasilitas sebesar 1 kali, diprediksi akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,898 kali. Dapat diartikan bahwa pengaruh variabel fasilitas ini sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan

karena lebih dari 80%, sehingga pengaruh variabel pelayanan petugas terhadap kepuasan pelanggan menjadi sangat rendah atau tidak berpengaruh secara signifikan.

4. Variabel kepuasan pelanggan (Y) yang diukur oleh variabel loyalitas pelanggan (Z) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tinggi rendahnya loyalitas pelanggan. Besarnya pengaruh variabel kepuasan pelanggan yang secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 4,3%. Koefisien jalur variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah 0,208. Variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan memiliki koefisien bertanda positif sebesar 0,208. Artinya setiap kenaikan variabel kepuasan pelanggan sebesar 1 kali, diprediksi akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,208 kali.
5. Variabel fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X_1) yang diukur oleh variabel loyalitas pelanggan (Z) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tinggi rendahnya loyalitas pelanggan. Besarnya pengaruh variabel fasilitas yang secara langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 7,4%. Selain itu variabel (X_1) juga berpengaruh secara tidak langsung melalui variabel intervening (Y). Pengaruh tidak langsung variabel fasilitas (X_1) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Z) melalui variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 18,7%. Dengan demikian pengaruh total variabel (X_1) terhadap variabel (Z) adalah sebesar gabungan dari pengaruh langsung dan tidak langsung tersebut di atas yaitu sebesar 26,1%.
6. Variabel pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura (X_2) yang diukur oleh variabel loyalitas pelanggan (Z) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tinggi rendahnya loyalitas pelanggan. Besarnya pengaruh variabel pelayanan petugas yang secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 24,1%. Koefisien jalur variabel pelayanan petugas terhadap loyalitas pelanggan adalah 0,491. Variabel pelayanan petugas terhadap loyalitas pelanggan memiliki koefisien bertanda positif sebesar 0,491. Artinya setiap kenaikan variabel pelayanan petugas sebesar 1 kali, diprediksi akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,491 kali.
7. Besarnya pengaruh variabel fasilitas (X_1), variabel pelayanan petugas (X_2), dan variabel kepuasan pelanggan (Y) berpengaruh secara simultan yang langsung mempengaruhi variabel loyalitas pelanggan (Z) berdasarkan pengujian koefisien jalur sub-struktur 2 didapatkan bahwa koefisien jalur (X_1), (X_2) dan (Y) secara simultan secara statistik

signifikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan . Dengan demikian hasil temuan analisis ini memberikan informasi, bahwa fasilitas (X_1), pelayanan petugas (X_2) dan kepuasan pelanggan (Y) di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Z) sebesar 90,1% dan sisanya sebesar 9,9% dipengaruhi faktor – faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

6.2 Saran

1. Pengaruh variabel fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura terhadap kepuasan pelanggan cukup besar yaitu 80,6% dengan koefisien jalur sebesar 0,898 oleh karena itu sebaiknya fasilitas yang diharapkan oleh pelanggan dapat benar – benar ditingkatkan sehingga kepuasan pelanggan dapat meningkat.
2. Variabel pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebaiknya diteliti dibagian atau unit lain di Rumah Sakit Islam Jakarta Sukapura seperti dibagian pelayanan rawat jalan, pelayanan rawat inap, laboratorium, radiologi dan lain – lain untuk dapat diketahui apakah variabel pelayanan petugas di unit –unit lain tersebut berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap kepuasan pelanggan.
3. Pengaruh variabel fasilitas di Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura terhadap kepuasan pelanggan cukup besar yaitu 80,6% sedangkan variabel pelayanan petugas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sebaiknya dilakukan penelitian lebih lanjut selain variabel fasilitas, variabel apa saja yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
4. Untuk mengoptimalkan loyalitas pelanggan harus diupayakan hal – hal yang dapat memenuhi harapan pelanggan sehingga kepuasan pelanggan meningkat,karena pelanggan yang puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama sehingga dengan adanya kepuasan pelanggan, dapat menimbulkan loyalitas pelanggan.
5. Sangat perlu diperhatikan dan ditingkatkan lagi sarana prasarana atau fasilitas yang dibutuhkan oleh pelanggan yang berkunjung ke RSI Jakarta Sukapura secara umum dan yang berkunjung ke bagian Instalasi Farmasi RSI Jakarta Sukapura khususnya agar

loyalitas pelanggan benar – benar dapat terus dijaga atau dipertahankan bahkan ditingkatkan.

6. Sebaiknya seluruh petugas yang memberikan pelayanan di IFRS Islam Jakarta Sukapura , sebelum melayani pelanggan harus mendapatkan pendidikan atau pelatihan khusus bagaimana memberikan pelayanan yang baik sehingga dapat membuat pelanggan menjadi loyal.
7. Pelayanan yang baik harus diikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan dan keakuratan pekerjaan. Apabila dua hal ini dapat dipenuhi maka akan dapat memberikan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya akan berdampak terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu sangat perlu untuk dapat memenuhi atau mewujudkan hal – hal seperti tersebut di atas agar loyalitas pelanggan dapat terus dijaga dan ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

Adisasmito, Wiku. 2009. Sistem Manajemen Lingkungan Rumah Sakit / Wiku Adisasmito _Ed.1._2 Jakarta : Rajawali Pers

Ali Hasan, 2008, Marketing, Yogyakarta : Media Cetak ,Erlangga

Anonim, 2012. [Pengertian Pelayanan Pelanggan](http://www.psychologymania.com/2012/12/pengertian-pelayanan-pelanggan.html),
<http://www.psychologymania.com/2012/12/pengertian-pelayanan-pelanggan.html>

Buku Pedoman Mutu RS Islam Jakarta Sukapura , 2012

[Brigitta Adventa Fajarriani, 2013, Program Pasca Sarjana STIE dan AUB Surakarta, Pengaruh Physical Support, Contact Personnel, Citra, Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan RS Brayat Minulya Surakarta](#)

Grahita, G. 2012. Sofa, <http://qulanggrahitaqumelar.blogspot.com/>

[Griffin, J. 2005. Customer Loyalty \(alih bahasa Dwi Kartini Yahya\). Jakarta :](#)

Hartono, Bambang Dr. 2010. Manajemen Pemasaran untuk Rumah Sakit, Jakarta : Penerbit PT Rineka Cipta

Hasan, Alwi. 2008. Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka

Hendri, 2010. Pengertian AC, <http://hendri-2av1-18.blogspot.com/p/pengertian-ac.html>

[Indra Luthfi Sofyan, Ari Pradanawati dan Hari Susanta Nugraha, 2013, Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Star Clear Car Wash, Dioneoro Journal of Social and Politic , Semarang](#)

Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1197/Menkes/SK/X/2004 Tentang Standar Pelayanan Farmasi di Rumah Sakit, 2004, Jakarta : Departemen Kesehatan RI Direktorat Jenderal Pelayanan Kefarmasian dan Alat Kesehatan

Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1333/Menkes/SK/XII/1999 Tentang Standar Pelayanan Rumah Sakit, 1999, Jakarta : Departemen Kesehatan RI

[Kotler dan Keller, 2012, Marketing Management, Edisi 14, Global Edition Pearson](#)

[Ketut Sumada, 2012, Jurusan Teknik Kimia UPN "Veteran", Jatim, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan \(Konsumen\)](#)

Lovelock Christopher H & Wright Lauren K. 2007. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : PT Macanan Jaya Cemerlang

Lupiyoadi, Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat

Maghfirah, Nusantari MT. 2011. Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Apotik Rumah Sakit Sukmul Sisma Medika. Jakarta

[Ni Putu Sawitri, Ni Nyoman Kerti Yasa, Abdulah Jawas, 2013, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Tegal Sari Accomodation di Ubud, Bali, Program Pascasarjana Universitas Udayana Bali, Indonesia](#)

Poerwanto,H.2012,KonsepTeoriAntrian. [*https://sites.google.com/site/operasiproduksi/teori-antrian*](https://sites.google.com/site/operasiproduksi/teori-antrian)

[Prof. J. Supranto, M.A..APU, 2011, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan](#)

[Riduwan dan Kuncoro, 2007, Cara Menggunakan dan Memaknai Analisa Jalur, Cetakan Satu, Alfabeta, Bandung](#)

Ristono, J.,2012.MembangunLoyalitasPelanggan.
[*http://my-smartlife.blogspot.com/2012/08/membangun-loyalitas-pelanggan.html*](http://my-smartlife.blogspot.com/2012/08/membangun-loyalitas-pelanggan.html)

[Rita Nurmalina dan Endang Pudji Astuti, 2013, Departemen Agrobisnis, Fakultas Ekonomi Manajemen IPB, Analisis Proses Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Terhadap Beras \(Studi Kasus di Kecamatan Mulyorejo, Surabaya, Jatim\)](#)

[Setiawan, 2011, Loyalitas Pelanggan Jasa. Bogor : Penerbit IPB Press](#)

Siregar,Ch.J.P.,dan Amalia,L, 2004. Farmasi RS,Teori dan Penerapan. Jakarta : Penerbit Buku Kedokteran EGC

[Siswanto Sutojo, 2003. Meningkatkan Jumlah dan Mutu Pelanggan. Jakarta : Damar](#)

[Sugiyono, 2012, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi \(Mixed Methods\). Penerbit : Alfabeta , Bandung](#)

[Suko Amrih Wibowo, 2009, Pengaruh Pelayanan Jasa Indosatm2 Terhadap Kepuasan Pelanggan \(Studi Pada PT. Indosat Tbk Medan Perjuangan\), USU Repository, 2009](#)

Suratman, Asep Dasuki. 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Apotek Kimia Farma Batam.

Tamimi. 2010. Pengertian Televisi, Stasiun, dan Siaran. <http://repository.usu.ac.id>

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2009 Tentang Rumah Sakit,
Jakarta : Sekretariat Negara RI Kepala Biro Peraturan Perundang –undangan
Bidang Politik dan Kesejahteraan Rakyat

Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, Dwayne D. Gremler, 2006, Service Marketing,
Integrating Customer Focus Across the Firm, 4th edition