

**KUALITAS LAYANAN KLINIK TERAPI FISIK HSC FIK UNY:
SURVEI TERHADAP KEPUASAN PASIEN**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Keolahragaan
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Olahraga



Oleh:
Dicky Adi Irawan
NIM 16603144007

**PROGRAM STUDI ILMU KEOLAHRAGAAN
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
DESEMBER 2020**

KUALITAS LAYANAN KLINIK TERAPI FISIK HSC FIK UNY: SURVEI TERHADAP KEPUASAN PASIEN

Oleh:
Dicky Adi Irawan
NIM 16603144007

ABSTRAK

Kebutuhan masyarakat terhadap layanan klinik terapi semakin meningkat terutama dalam bidang cedera olahraga. Saat ini sudah terdapat banyak klinik terapi cedera olahraga khususnya di Yogyakarta, salah satunya Klinik Terapi Fisik HSC FIK UNY. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pasien terhadap layanan Klinik Terapi Fisik HSC FIK UNY.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode survei dengan instrument angket *online* yang dikirim melalui Google Formulir. Subjek penelitian ini adalah pasien Klinik Terapi Fisik HSC FIK UNY sebanyak 65 orang. Teknik analisis data menggunakan metode *servqual* untuk melihat gap antara persepsi dengan harapan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan perhitungan nilai rata-rata harapan dengan persepsi pasien masih kurang yaitu $3.16 < 3.60$. Akan tetapi perbedaannya tidak terlalu jauh sehingga tingkat kepuasan cukup tinggi. Atribut yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan pelayanannya adalah atribut yang masuk kedalam kuadran A pada diagram kartesius yaitu: pemahaman terapis mengenai keluhan pasien dengan nilai gap -0,815, HSC UNY melayani konsultasi kepada pasien nilai gap -0,769, perhatian terapis terhadap pasien yang berkebutuhan khusus nilai gap -0,538, pemberian arahan dan masukan oleh terapis nilai gap -0,462, kenyamanan pasien saat dilakukan terapi nilai gap -0,492, keamanan tempat parkir yang disediakan nilai gap -0,631, harga yang ditetapkan nilai gap -0,554, dan kelengkapan peralatan terapi dengan nilai gap -0,554.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pasien, Klinik Terapi Fisik HSC UNY

**QUALITY OF SERVICE OF KLINIK TERAPI FISIK HSC FIK UNY:
SURVEY ON PATIENTS' SATISFACTION**

By:
Dicky Adi Irawan
NIM 16603144007

ABSTRACT

The community needs on therapeutic clinic service especially on the field of sport injury are increasing lately. Recently, there are many facilities of sport injury therapeutic clinic in Yogyakarta, one of those clinics is Klinik Terapi Fisik HSC FIK UNY (HSC FIK UNY's Physical Therapeutic Clinic). The research aims to find out the level of patients' satisfaction on the service of Klinik Terapi Fisik HSC FIK UNY.

This research was a descriptive study with the survey method and used online questionnaire as its instrument sent through Google Forms. The research subject was the patients of Klinik Terapi Fisik HSC FIK UNY for about 65 persons. The data analysis technique used servqual method to see the gap between the perception and customers' expectation.

The research findings show that the estimation for the mean score of patients' expectation compared to the patients' perception is still lacking which is at $3.16 < 3.60$. However, the gap is not that far so it can be said that the level of satisfaction is quite high. The attributes that become the main priority to be improved on the service are the attributes that belong to the quadrant A on Cartecius Diagram as follows: the therapists' comprehension on patients' complaints with the gap value at -0.815, HSC UNY opens the consultation session to the patients with the gap value at -0.769, the therapists' attention to the disabled patients with the gap value at -0.538, feedback given by the therapists with the gap value at -0.462, the patients' comfort during the therapy treatment with the gap value at -0.492, the safety of parking lot with the gap value at -0.631, price of the service with the gap value at -0.554, and the complete therapy equipment with the gap value at -0.554.

Keywords: quality of service, patients' satisfaction, Klinik Terapi Fisik HSC UNY

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dicky Adi Irawan

NIM : 16603144007

Program Studi : Ilmu Keolahragaan

Judul TAS : Kualitas Layanan Klinik Terapi Fisik HSC FIK UNY:

Survei Terhadap Kepuasan Pasien

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 28 Desember 2020

Yang menyatakan,



Dicky Adi Irawan

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

KUALITAS LAYANAN KLINIK TERAPI FISIK HSC FIK UNY: SURVEI TERHADAP KEPUASAN PASIEN

Disusun Oleh:

Dicky Adi Irawan
16603144007


Telah memenuhi syarat dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dilaksanakan
Ujian Tugas Akhir Skripsi bagi yang bersangkutan.

Yogyakarta, 28 Desember 2020

Mengetahui,
Ketua Program Studi,


Dr. Sigit Nugroho, M.Or
NIP. 19800924 200604 1 001

Disetujui,
Dosen Pembimbing,


Prof. Dr. Wawan S. Suherman, M.Ed.
NIP 19640707 198812 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

KUALITAS LAYANAN KLINIK TERAPI FISIK HSC FIK UNY: SURVEI TERHADAP KEPUASAN PASIEN

Disusun oleh:

Dicky Adi Irawan
NIM 16603144007

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi
Ilmu Keolahragaan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta

Pada Tanggal 4 Januari 2021

TIM PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Prof. Dr Wawan S. Suherman, M.Ed.	Ketua Penguji		19.01.2021
Sulistiyono, M.Pd.	Sekretaris Penguji		11 / 2021 / 01
Drs. Sumarjo, M.Kes.	Anggota		11 / 2021 / 01

Yogyakarta, 4 Januari 2021
Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta



Sumaryanto, M.Kes
NIP. 19650301199001101

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S. Al-Insyirah: 5)

“Selalu lakukan yang terbaik, dan biarkan Tuhan yang melakukan selanjutnya.”

(Ben Carson)

“Tetaplah berbuat baik kepada semua orang”

“Pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk
merubah dunia.”

(Nelson Mandela)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah saya ucapkan atas berkat rahmat dan karunia Allah SWT saya dapat menyelesaikan karya tulis sederhana ini. Karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orangtua saya Bapak Muryadi dan Ibu Isrini yang selalu mendoakan, mendukung, memberikan semangat dan mendidik dengan penuh kasih sayang.
2. Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
3. Teman-teman IKOR 16 dan seperjuangan yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.
4. Pihak-pihak lain yang sudah membantu yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala limpahan kasih dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Kualitas Layanan Klinik Terapi Fisik HSC FIK UNY: Survei terhadap Kepuasan Pasien”.

Skripsi ini dapat terwujud dengan baik berkat uluran tangan dari berbagai pihak, teristimewa pembimbing. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Sigit Nugroho, M. Or. Ketua Program Studi IKOR FIK UNY.
3. Bapak Prof. Dr. Wawan S. Suherman, M.Ed. Pembimbing Skripsi.
4. Bapak dr. Prijo Sudibjo, M. Kes. *Manager Health and Sport Center* UNY.
5. Kedua orang tua serta keluarga yang telah memberikan doa, dukungan, dan motivasi.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, kritik yang membangun akan diterima dengan senang hati untuk perbaikan lebih lanjut. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi dunia pendidikan.

Yogyakarta, 4 Januari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	8
A. Deskripsi Teori.....	
1. Kepuasan, Konsumen, dan Kepuasan Konsumen.....	8
a. Pengertian Kepuasan	8
b. Pengertian Konsumen	11
c. Pengertian Kepuasan Konsumen	13
d. Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen	16
2. Jasa, Kualitas, Layanan, dan Kualitas Layanan	17
a. Pengertian Jasa	17
b. Pengertian Kualitas	19
c. Pengertian Layanan	21
d. Kualitas Layanan	22
3. Klinik Terapi Fisik <i>Health and Sport Center</i> FIK UNY	34
B. Hasil Penelitian yang Relevan	35

C. Kerangka Pikir	37
D. Hipotesis.....	39
BAB III. METODE PENELITIAN	40
A. Desain Penelitian	40
B. Populasi dan Sampel Penelitian	40
C. Tempat dan Waktu Penelitian	41
D. Definisi Operasional Variabel	41
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	42
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	45
G. Teknik Analisis Data	48
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Hasil Penelitan.....	49
B. Pembahasan	60
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	69
A. Kesimpulan	69
B. Implikasi Hasil Penelitian	69
C. Keterbatasan penelitian	70
D. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Kisi-Kisi Angket Kepuasan Pasien terhadap Kualitas Layanan Klinik Terapi Fisik <i>Health and Sport Center</i> (HSC) FIK UNY	45
Tabel 2. Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Dimensi <i>Tangible</i>	50
Tabel 3. Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Dimensi <i>Reliability</i>	51
Tabel 4. Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i>	51
Tabel 5. Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Dimensi <i>Assurance</i>	52
Tabel 6. Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Dimensi <i>Empathy</i>	53
Tabel 7. Data <i>Ranking Gap</i> Seluruh Atribut pernyataan	54
Tabel 8. Perhitungan Kualitas Pelayanan	56
Table 9. Nilai Keanggotaan Kuadran	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Bagan model kesenjangan untuk kualitas jasa	32
Gambar 2. Diagram Kartesius.....	33
Gambar 3. Kerangka Berpikir	38
Gambar 4. Diagram Kualitas Layanan	57
Gambar 5. Diagram Kartesius	58

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Izin Penelitian.....	76
Lampiran 2. Surat Validasi Angket.....	78
Lampiran 3. Lembar Validasi Angket.....	79
Lampiran 4. Angket Penelitian	83
Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliabilitas Persepsi Pasien.....	89
Lampiran 6. Uji Validitas dan Reliabilitas Harapan Pasien.....	91
Lampiran 7. Data Penelitian Persepsi Pasien.....	93
Lampiran 8. Data Penelitian Harapan Pasien.....	95

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan penyedia jasa. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan penyedia jasa untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan akan meningkatkan pemerolehan pengalaman yang menyenangkan para pelanggan. Dengan demikian, penyedia jasa dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara penyedia jasa memaksimalkan pengalaman menyenangkan yang diperoleh pelanggan (Atmawati dan Wahyudin, 2007: 2).

Kepuasan pasien didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan pasien/pelanggan adalah inti dari pemasaran yang berorientasi kepada pasien/pelanggan. Layanan yang memuaskan dan berkualitas akan membentuk loyalitas pasien/pelanggan, dan kepuasan sangat erat hubungannya dengan "word of mouth" atau iklan yang efektif dapat berasal dari omongan mulut orang ke orang, karenanya Layanan yang memuaskan tersebut juga akan mendatangkan pelanggan baru. Efek selanjutnya akan berlanjut pada proses terbentuknya citra klinik terapi yang meningkat. Hal ini dikarenakan kondisi persaingan yang ketat. Setiap klinik terapi akan berusaha untuk menempatkan dirinya sebaik mungkin dimata pasien/pelanggannya agar dapat dipercaya untuk

memenuhi kebutuhannya dalam bidang kesehatan (Rangkuti, 2006). Penyedia jasa yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan servis jasa yang berkualitas dan Layanan yang baik kepada para pelanggan dari pesaingnya. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1994:54).

Kepuasan pasien adalah kebutuhan mendasar bagi penyedia layanan kesehatan. Kepuasan itu penting, ketika pasien sendiri mencari jasa layanan kesehatan maka kepuasan akan menjadi patokan untuk keputusan pembelian di masa yang akan datang (Woodside dan Shin, 1998; dalam Woodshinn et al 1989:28). Proses pengambilan keputusan merupakan sebuah proses tahap demi tahap yang digunakan konsumen ketika membeli barang maupun jasa yang terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, dan perilaku purna beli.

Saat ini, tumbuh berbagai pusat kebugaran dan klinik terapi fisik sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan pemeliharaan kebugaran jasmani dan penanganan cedera. Konsekuensi tidak terduga yang sering dihadapi manusia dalam pelaksanaan aktivitas sehari-hari yang akan menjadi masalah apabila tidak ditangani dengan segera dan benar adalah mengalami cedera. Cedera bisa terjadi pada waktu olahraga baik saat latihan maupun bertanding, aktivitas sehari-hari yang berat dan kejadian ini sulit untuk dihindari (Cerika dan Yustinus Sukarmin, 2006: 95). Aktivitas fisik yang dianggap menimbulkan efek baik bagi tubuh manusia sering kali dapat berdampak buruk karena aktivitas yang dilakukan tidak mempertimbangkan segala aspek yang mempengaruhi kondisi tubuh sehingga

sering kali menimbulkan cedera. Cedera yang dialami seseorang akan menimbulkan rasa sakit dan perasaan tidak nyaman lainnya, sehingga kegiatan rutin seperti bekerja, sekolah, berolahraga dan hobi-hobi yang lain menjadi terganggu (Devi Tirtawirya, 2008: 88). Cedera olahraga yang terjadi sangat beragam mengenai lokasi persendian dan bagian tubuh lainnya, dari tingkat yang paling ringan yaitu berupa nyeri, keluhan lelah, dan lesu berkepanjangan dan yang paling berat berupa hilangnya fungsi gerak karena cedera otot atau patah tulang. Bilamana kondisi itu tidak ditangani dengan cepat, tentu dapat mengganggu aktivitas kehidupan dan kesehatan secara umum (Ali Satia Graha dan Bambang Priyonoadi, 2009: 46).

Kebutuhan masyarakat akan pusat layanan penanganan cedera dan penanganan kondisi fisik lainnya merupakan pangsa pasar yang cukup besar. Banyak pemangku kepentingan yang memberikan jasa layanan penanganan cedera, tetapi masih bersifat tradisional dengan pendekatan yang tradisional, belum memanfaatkan ilmu keolahragaan secara penuh. Kebutuhan masyarakat belum terpenuhi walaupun sudah cukup banyak pusat penanganan cedera yang didirikan. Masyarakat memerlukan penanganan yang cepat dan tepat dalam penatalaksanaan cedera olahraga, karenanya masyarakat mencari tempat pengobatan alternatif untuk penyembuhan cedera olahraga. Layanan tersebut dapat dilakukan di pusat pelayanan kesehatan ataupun pusat kebugaran.

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan terapi fisik dan pusat kebugaran jasmani, para pemangku kepentingan mendirikan klinik terapi fisik dan pusat kebugaran. Saat ini, klinik terapi fisik dan pusat kebugaran sudah

berkembang dengan pesat di Yogyakarta. Banyak klinik terapi fisik dan pusat kebugaran dengan beragam kualitas dan pendekatan menjadi pilihan masyarakat untuk memperoleh layanan yang diinginkan. Kondisi demikian menyebabkan persaingan di bidang jasa layanan jasa terapi fisik dan kebugaran jasmani menjadi semakin ketat. Akibatnya, perusahaan harus memberikan pelayanan yang lebih agar pelanggan merasa puas atas jasa layanan yang diberikan.

Untuk memenuhi kebutuhan layanan kesehatan masyarakat, menyediakan wahana edukasi bagi masyarakat, dan wahana praktik bagi mahasiswanya, FIK UNY mendirikan Klinik Terapi Fisik *Health and Sport Center* (HSC). Klinik Terapi Fisik HSC merupakan institusi yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan. Institusi ini diresmikan oleh Bapak Rektor Universitas Negeri Yogyakarta, Prof. Dr. Sutrisna Wibawa, M.Pd, pada tanggal 4 Maret 2019. Institusi ini terletak di Jl. Kolombo, Karang Malang, Caturtunggal, Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281. Klinik Terapi Fisik terus berupaya mengembangkan dan meningkatkan layanan kepada masyarakat, khususnya layanan Terapi Fisik bagi atlet dan masyarakat umum.

Sebagai lembaga pendidikan sekaligus lembaga yang menyediakan jasa layanan terapi fisik, Klinik Terapi Fisik terus berupaya meningkatkan kualitas layanan agar kepuasan pelanggan dan kebutuhan mahasiswa terpenuhi. Seberapa jauh kepuasan pasien klinik terapi fisik terhadap kualitas layanan yang disiapkan oleh Klinik Terapi Fisik merupakan persoalan yang menarik untuk dikaji. Oleh karena itu penulis menyusun tugas akhir dengan judul: “Kualitas layanan Klinik Terapi Fisik HSC FIK UNY: Survei terhadap kepuasan pasien”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Kebutuhan masyarakat akan layanan penanganan cedera terus meningkat, tetapi belum terakomodasi oleh penyedia layanan yang ada.
2. Bermunculan berbagai penyedia layanan penanganan cedera dan kebugaran jasmani tetapi kualitas layanannya belum sepenuhnya dipercaya oleh masyarakat.
3. Penanganan Cedera olahraga perlu dilaksanakan secara ilmiah, tepat, dan cepat oleh tenaga profesional.
4. Setiap pusat layanan cedera perlu terus meningkatkan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan
5. Belum diketahui tingkat kepuasan pasien dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan Klinik Terapi Fisik HSC FIK UNY.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian dapat menghasilkan temuan yang baik dan rinci, peneliti perlu memfokuskan kajian pada salah satu permasalahan yang teridentifikasi. Topik permasalahan yang menjadi fokus penelitian adalah kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan Klinik Terapi Fisik HSC FIK UNY.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah tersebut di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pasien terhadap kualitas layanan klinik terapi fisik HSC FIK UNY?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan pasien terhadap kualitas layanan klinik terapi fisik HSC FIK UNY?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian pada umumnya untuk menentukan, menggambarkan dan mengkaji kebenaran suatu kebenaran (Sutrisno Hadi, 1987: 271). Berkaitan dengan hasil penelitian yang akan dicapai, maka tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Tingkat kepuasan pasien terhadap kualitas layanan klinik terapi fisik HSC FIK UNY.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pasien terhadap kualitas layanan klinik terapi fisik HSC FIK UNY.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, baik secara teoritis maupun secara praktis. Kedua manfaat diuraikan sebagai berikut.

1. Manfaat secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya dan mengembangkan ilmu pengetahuan tentang teori-teori manajemen pemasaran di bidang jasa, khususnya jasa terapi fisik di Yogyakarta dan sebagai gambaran

kepada pengusaha klinik terapi tentang pemenuhan kepuasan konsumen terhadap jasa pelayanan yang diberikan.

2. Manfaat praktis

a. Bagi perusahaan

Dengan diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa layanan yang disediakan dan diberikan, maka informasi tersebut dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk senantiasa meningkatkan kualitas layanan, dan memberikan pelayanan yang terbaik demi perkembangan dan kemajuan klinik terapi fisik HSC FIK UNY.

b. Bagi karyawan klinik terapi fisik HSC FIK UNY

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai umpan balik dan acuan untuk meningkatkan kinerja khususnya dalam memberikan layanan kepada pasien.

c. Bagi Akademisi

Sebagai acuan atau referensi untuk menambah wawasan dalam bidang pengelolaan suatu jasa atau pelayanan maupun jasa pelayanan yang lain, sehingga para akademisi bisa menerapkan berbagai disiplin ilmu dalam pendidikan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Kepuasan, Konsumen, dan Kepuasan Konsumen

a. Pengertian kepuasan

Kotler dalam Lupiyoadi (2001: 158) mengungkapkan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/ jasa yang diterima dan produk/jasa diharapkan.

Tjiptono (2002: 146) mengungkapkan bahwa kepuasan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen.

Kajian lain yang dilakukan oleh (Kui-son Choi, Hanjoon Lee, Chankon Kim, dan Sunhee Lee (2005: 143) merupakan komparasi dari beberapa dimensi diatas. Penelitian ini bertujuan untuk memperluas pemahaman umum tentang kualitas layanan dan hubungannya dengan kepuasan pasien dimana penelitian menambahkan pengetahuan tentang bagaimana ciri-ciri pasien yang berbeda dan pengalaman yang dapat dikaitkan dengan pendekatan yang berbeda untuk mengevaluasi dimensi kualitas layanan. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidakpuasan atau diskonfirmasi yang

dirasakan antara harapan sebelumnya (non kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Dari definisi diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan setelah melakukan pembelian atau pemakaian. Kepuasan konsumen yang dimaksud adalah harapan pelanggan akan hasil kinerja yang diberikan klinik terapi cedera olahraga mengenai kualitas layanan yang diberikan dan harga yang dipatok, terciptanya keputusan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat memberikan kepercayaan.

Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2001: 101) menuturkan ada enam konsep inti yang memiliki kesamaan diantara banyaknya cara mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukuran, yaitu (1) mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan atau jasa perusahaan bersangkutan, dan (2) menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan konsumen keseluruhan terhadap produk dan atau jasa para pesaing.

2) Dimensi Kepuasan Pelanggan

Berbagai penelitian menjadikan kepuasan konsumen atau pelanggan ke dalam komponen-komponennya. Proses seperti itu terdiri atas empat langkah yaitu:

- a) Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan konsumen atau pelanggan.
- b) Meminta pelanggan menilai produk dan atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf layanan pelanggan.
- c) Meminta pelanggan menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama.
- d) Meminta para konsumen untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3) Kesesuaian Harapan

Yaitu kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk atau jasa perusahaan. Dalam hal ini akan lebih ditekankan pada kualitas layanan (*service quality*) yang memiliki komponen berupa harapan pelanggan akan Layanan yang diberikan (seperti: kebersihan lokasi, kecepatan layanan, keramahan/kesopanan terapis dan karyawan).

4) Minat Pembelian Ulang

Yaitu kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi. Layanan yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan konsumen dimana mutu layanan tersebut akan masuk kebenak konsumen sehingga dipersepsikan baik. Apabila dikemudian hari ketika mengalami gangguan kesehatan, maka klinik tersebut akan menjadi referensi yang muncul pertama kali di benak konsumen.

5) Kesiapan Untuk Merekomendasi

Yaitu kesiapan untuk merekomendasi produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan, sehingga melalui kepuasan itu konsumen akan melakukan pembelian jasa atau memutuskan untuk menggunakan jasa dan pada akhirnya akan merekomendasikan hal itu kepada orang lain.

6) Ketidakpuasan Pelanggan

Untuk mengetahui ketidakpuasan pelanggan, manajemen harus menelaah aspek-aspek yang menjadi penentu untuk mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi: (a) *komplain*, (b) *return* atau pengembalian produk, (c) biaya garansi, (d) *recall*, (e) *word of mouth negative*, dan (f) *defections*.

b. Pengertian Konsumen

Konsumen mempunyai arti sebagai individu-individu yang melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan pribadinya atau konsumsi rumah tangganya. Pelanggan adalah orang/instansi/lembaga yang membeli barang-barang atau jasa secara rutin atau berulang-ulang (Basu Swastha, 2000: 12).

Lupiyoadi (2001: 134) mendefinisikan pelanggan adalah seorang individu yang secara continue dan berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut.

Nasution (2004: 101) menyatakan pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada performansi perusahaan dan manajemen perusahaan.

Dari pengertian di atas, konsumen atau pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa karena dalam hal ini konsumen memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun layanan yang diberikan perusahaan.

Konsumen mengukur nilai suatu produk dan biaya berdasarkan nilai perkiraan. Kotler (1998: 10) mengungkapkan nilai bagi konsumen merupakan perbedaan atau selisih antara nilai yang dinikmati konsumen karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya untuk memiliki produk tersebut.

Para konsumen memperkirakan penawaran mana yang memberikan nilai tertinggi. Mereka ingin memaksimalkan nilai dengan kendala biaya pencarian, pengetahuan, mobilitas, dan penghasilan yang terbatas. Konsumen membentuk suatu harapan nilai dan bertindak atas dasar nilai tersebut.

c. Kepuasan Konsumen

Eksistensi dan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba jangka panjang secara tidak langsung dipengaruhi oleh perusahaan tersebut dalam memuaskan kebutuhan konsumen, hal yang sering diistilahkan dengan konsep pemasaran. Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen/pelanggan, perusahaan memang dituntut jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen/pelanggan yang setiap saat dapat berubah. Pembelian akan bergerak setelah membentuk persepsi nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung kinerja dari penawaran dibandingkan dengan harapannya.

Kotler (2001: 13) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu tingkat perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Rambat Lupiyoadi (2006: 192) menambahkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang yang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan produk atau jasa yang diharapkan.

Fandy Tjiptono (2006: 147) menyatakan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau

hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dari ketiga pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang yang melakukan pembelian produk atau jasa untuk kebutuhan pribadinya setelah melakukan perbandingan antara kinerja produk atau jasa yang diberikan terhadap apa yang diharapkan oleh pemakai ataupun pelaku jasa tersebut.

Harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya atau dirasakannya apabila membeli atau mengonsumsi suatu barang atau jasa. Kinerja yang di rasakan adalah persepsi konsumen terhadap apa yang diterima atau dirasakan setelah mengonsumsi suatu barang atau jasa yang dibeli. Suatu layanan dinilai memuaskan apabila layanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Kotler (1994) yang dikutip Fandy Tjiptono (2006: 148) mengungkapkan ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang di letakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus.

2) Survei Kepuasan Pelanggan/Masyarakat

Menurut McNeal dan Lamb dalam Person dan Wilson yang dikutip Fandy Tjiptono (2006: 148), umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, di antaranya:

a) *Directly Reported Satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan, seperti “Ungkapan seberapa puas Saudara terhadap layanan ini?”

b) *Derived Dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

c) *Problem Analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d) *Importance-Performance Analysis*

Dalam teknik ini, responden diminta untuk membuat peringkat berbagai element (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap element tersebut.

3) Tipuan Berbelanja

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Selain itu, para *ghost shopper* juga dapat mengamati atau menilai cara perusahaan dan pesaingnya menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

4) Analisis Pelanggan yang Hilang.

Metode ini sedikit unik, perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Metode ini mengharuskan perusahaan untuk aktif melihat konsumen yang beralih dari perusahaan. Konsumen tersebut kemudian dihubungi secara langsung oleh perusahaan untuk mengetahui alasan konsumen berhenti atau pindah ke pesaing. Hasil dari temuan tersebut kemudian dapat dijadikan acuan bagi perusahaan untuk mengambil keputusan baik strategi perbaikan, pemasaran dan penyempurnaan.

d. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Zeithaml (2006) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan setelah memperoleh jasa adalah tergantung pada pengalaman masa lalu mereka. Dalam hal ini, terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Harga
- 2) Kualitas produk (untuk jasa yang mempunyai komponen produk misalnya restoran menjual masakan dan pelayanannya)

- 3) Kualitas jasa (handal, cepat tanggap, kepastian, empati, tampilan fisik).

Zeithaml (1993) berpendapat, zona toleransi mencerminkan sejauh mana pelanggan menyadari dan bersedia menerima heterogenitas /keragaman kinerja suatu jasa. Apabila kinerja jasa masuk ke dalam zona toleransi, maka pelanggan akan memandangnya sebagai kinerja yang baik. Zona toleransi pelanggan bisa meningkat atau menurun tergantung sejumlah faktor, di antaranya variabel yang bisa dikendalikan penyedia jasa seperti harga. Konsekuensinya, zona toleransi sangat bervariasi antar individu, bahkan bisa juga berbeda antar waktu, dan antar transaksi yang dilakukan oleh individu yang sama.

2. Jasa, Kualitas, Layanan, dan Kualitas Layanan

a. Pengertian Jasa

Ada beberapa pendapat mengenai pengertian tentang jasa. Kata “jasa” itu sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai layanan pribadi (*personal service*) sampai jasa diartikan sebagai suatu produk. Sejauh ini, banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa. Lupiyoadi (2006: 5) mengartikan jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik atau sebaliknya.

Sedangkan Philip Kotler (2006: 16) mendefinisikan jasa sebagai: “setiap perbuatan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”. Sehingga semua bentuk barang bisa di tawarkan dari satu pihak ke pihak lain. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa jasa adalah aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya, dimana tidak disertai dengan pemindahan hak atau kepemilikan atas produk atau jasa tersebut dan bersifat tidak berwujud (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi oleh konsumen.

Dari pengertian tentang jasa, dapat dikatakan bahwa jasa mempunyai beberapa karakteristik. Fandy Tjiptono (2004: 15) memaparkan ada empat karekteristik utama jasa yang berpengaruh besar pada perencanaan program pemasaran, yaitu:

1) *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa bersifat *intangible*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Bila barang merupakan suatu objek, alat, material, atau benda, maka jasa justru merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha.

2) *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Kegiatan jasa tidak dapat dipisahkan dari pemberi jasa, baik perorangan ataupun organisasi serta perangkat mesin/teknologi

3) *Variability* (berubah-ubah/aneka ragam)

Bahwa kualitas jasa yang diberikan oleh manusia dan mesin/peralatan berbeda-beda, tergantung pada siapa yang memberi, bagaimana, memberikannya, serta waktu dan tempat jasa tersebut diberikan.

4) *Perishability* (tidak tahan lama)

Bahwa jasa tidak bisa disimpan untuk kemudian dijual atau digunakan, sehingga pada dasarnya jasa langsung dikonsumsi pada saat diberi. Daya tahan suatu jasa tidak akan menjadi masalah jika permintaan selalu ada dan mantap karena menghasilkan jasa di muka dengan mudah. Bila permintaan turun, maka masalah yang sulit akan segera muncul.

b. Pengertian Kualitas

Kata kualitas mempunyai banyak makna dan definisi. Orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, beberapa definisi kualitas dikutip dari Fandy Tjiptono (1997: 2) yang sering dijumpai antara lain:

- 1) Kesesuaian dengan persyaratan/tertentu.
- 2) Kecocokan untuk pemakaian.
- 3) Perbaikan/penyempurnaan berkelanjutan.
- 4) Bebas dari kerusakan/cacat.
- 5) Melakukan segala sesuatu dengan benar sejak awal.

- 6) Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

Pengertian kualitas menurut *American Society for Quality Control* yang dikutip Rambat Lupiyoadi (2001: 142) adalah “keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan”.

Perusahaan tentunya akan saling berkompetisi untuk meningkatkan kualitas produk/jasa yang ditujukan untuk pemenuhan dan dalam rangka memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen sasaran. Kotler dan Keler (2009: 41) mengatakan ada tiga langkah yang dapat diambil perusahaan jasa untuk meningkatkan kendali kualitas jasa yaitu sebagai berikut:

- 1) Berinvestasi dalam prosedur ketenaga kerjaan dan pelatihan yang baik, merekrut karyawan yang tepat dan memberikan pelatihan yang bagus adalah hal yang sangat penting. Karyawan yang terlatih dengan baik memiliki enam karakteristik yaitu:
 - a) Kompetensi: memiliki keahlian dan pengetahuan yang diperlukan;
 - b) Kesopanan: ramah, sopan, dan menghargai orang lain.
 - c) Kredibilitas: dapat dipercaya;
 - d) Keandalan: melaksanakan Layanan secara konsisten dan akurat;
 - e) Responsifitas: merespon permintaan dan masalah pelanggan dengan cepat

- f) Komunikasi: berusaha memahami pelanggan dan berkomunikasi dengan jelas.
- 2) Menstandarisasikan proses kinerja jasa diseluruh organisasi
- 3) Mengamati kepuasan pelanggan: menerapkan system saran dan keluhan, survei pelanggan, dan berbelanja perbandingan.

Selanjutnya, perusahaan semakin menyadari dan mengakui bahwa organisasi secara keseluruhan harus memperhatikan kualitas. Setiap organisasi secara keseluruhan harus memperhatikan kualitas. Semua ini mengarahkan pengertian baru mengenai kualitas, yaitu tingkat dimana produk sesuai dengan spesifikasi dan harapan pelanggan. Jadi, kualitas merupakan ukuran sampai sejauh mana produk/jasa sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan, (Toni Wijaya, 2011: 5).

c. Pengertian Layanan

Kotler dalam Toni Wijaya (2011: 150) berpendapat bahwa “jasa atau layanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun”. Swasta (1993: 342) berpendapat bahwa layanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan dan bersifat media penghubung antara satu pihak dengan pihak lain dengan maksud dan tujuan tertentu. Definisi diatas mengandung makna bahwa layanan adalah sebuah aktivitas yang sifatnya sebagai penghubung antara yang diberikan layanan (konsumen) dengan tujuan yang hendak dicapai.

Kepedulian kepada para pelanggan dalam manajemen modern telah dikembangkan menjadi suatu layanan yang terbaik yang di sebut juga layanan prima. Layanan prima yang di kemukakan oleh Barata (2003: 27) adalah “kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, supaya mereka selalu loyal kepada organisasi /perusahaanya”.

d. Kualitas Layanan

1) Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas Layanan merupakan salah satu unsur terpenting untuk menarik minat pembeli, kualitas harus dirasakan langsung oleh pelanggan, usaha kualitas harus dimulai dengan kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan persepsi pelanggan (Kotler, 1998: 90). Goetsh dan Davids yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2002: 51) berpendapat, kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pendapat Elhaitammy yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2002: 58) *service excellence* atau layanan yang unggul, yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Jadi, kualitas layanan adalah kesesuaian harapan terhadap layanan suatu perusahaan.

Yamit (2010: 22) menyatakan ada beberapa pengertian yang terkait dengan definisi kualitas jasa layanan yaitu:

a) *Exellent* adalah standar kinerja layanan yang diperoleh.

- b) *Customer* adalah perorangan, kelompok, departemen atau perusahaan yang menerima, membayar *output* layanan (jasa dan sistem).
- c) *Service* adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada layanan transaksi antara pembeli dan penjual.
- d) *Quality* adalah sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa.
- e) *Levels* adalah suatu pernyataan atas sistem yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi.
- f) *Consistent* adalah tidak memiliki variasi dan semua layanan berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan.
- g) *Delivery* adalah memberikan layanan yang benar dengan cara yang benar dan dalam waktu yang tepat.

Aspek yang penting dalam menentukan kualitas yang berhubungan dengan layanan terhadap konsumen adalah kualitas layanan. Secara garis besar ada empat unsur pokok dalam memberikan *service excellence*, yaitu: kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan. Keempat komponen tersebut merupakan satu kesatuan layanan yang terintegrasi, maksudnya layanan atau jasa menjadi tidak *excellence* apabila ada komponen yang kurang (Fandy Tjiptono, 2002: 58). Untuk mencapai tingkat *excellence*, perusahaan harus memiliki keterampilan sesuai dengan bidangnya, di antaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang

dalam bekerja, tidak tinggi hati karena merasa dibutuhkan, mampu berkomunikasi dengan baik, bisa memahami bahasa isyarat pelanggan, dan memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara profesional. Dengan demikian upaya untuk mencapai *excellence* bukanlah pekerjaan yang mudah, akan tetapi apabila hal tersebut dapat dilakukan, perusahaan yang bersangkutan akan meraih manfaat yang besar jika kepuasan dan loyalitas pelanggan meningkat.

2) Konsep Kualitas Layanan

Konsep kualitas layanan pada dasarnya adalah suatu standar kualitas yang harus dipahami dalam memberikan Layanan yang sebenarnya tentang pemasaran dengan kualitas layanan. Hal tersebut bukan hanya bersifat cerita (dari mulut ke mulut) atau sesuatu yang bersifat mengada-ngada. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Yong dan Loh (2003: 146) bahwa kualitas Layanan harus disesuaikan dengan suatu standar yang layak, seperti standar ISO (*international standardization organization*), sehingga dianggap sebagai suatu kondisi yang sehat untuk tujuan atau pemakaian, memiliki keselarasan dengan spesifikasi, kebebasan dengan segala kekurangannya, membentuk kepuasan pelanggan, memiliki kredibilitas yang tinggi dan merupakan kebanggaan.

Stemvelt (2004: 210) menyatakan bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu persepsi tentang revolusi kualitas secara menyeluruh yang terpikirkan dan menjadi suatu gagasan yang harus dirumuskan (formulasi), agar dalam penerapannya (implementasi) dapat diuji kembali (evaluasi),

untuk menjadi suatu proses yang dinamis, berlangsung terus menerus dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Teori "tujuan" yang dikembangkan oleh Samuelson (2000: 84) bahwa tujuan adalah asumsi kepuasan yang disesuaikan dengan tingkat kualitas layanan. Hal ini sesuai dengan teori "Quality" yang dikemukakan oleh Marcel (2003: 192) bahwa keberhasilan suatu tindakan jasa ditentukan oleh kualitas. Kualitas merupakan apresiasi tertinggi dari tindakan Layanan.

Tinjauan mengenai konsep kualitas layanan sangat ditentukan oleh berapa besar kesenjangan (gap) antara persepsi pelanggan atas kenyataan layanan yang diterima, dibandingkan dengan harapan pelanggan atas layanan yang harus diterima. Parasuraman (2001: 165) menyatakan bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu pengertian yang kompleks tentang mutu, tentang memuaskan atau tidak memuaskan. Layanan dikatakan bermutu apabila terdapat tiga konsep kualitas layanan yaitu:

- a) Bermutu (*Quality Surprise*), bila kenyataan layanan yang diterima melebihi Layanan yang diharapkan pelanggan.
- b) Memuaskan (*satisfactory quality*), bila kenyataan layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan pelanggan.
- c) Tidak bermutu (*unacceptable quality*) bila ternyata kenyataan layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan pelanggan.

3) Dimensi Kualitas Layanan

Parasuraman (2001: 26) mengemukakan konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan terhadap lima dimensi kualitas

layanan, yang dikenal dengan istilah “RATER” (*Responsiveness, assurance, tangible, empathy dan reliability*). Konsep kualitas layanan RATER intinya adalah membentuk sikap dan perilaku dari pengembang Layanan untuk memberikan bentuk layanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima.

Lebih jelasnya dapat diuraikan mengenai bentuk-bentuk aplikasi kualitas layanan dengan menerapkan konsep “RATER” yang dikemukakan oleh Parasuraman (2001: 32) sebagai berikut:

a) Daya Tanggap (*responsiveness*)

Merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan Layanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan menyampaikan informasi yang jelas (Lupiyoadi, 2006: 182). Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk layanan, mengutamakan aspek layanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapatkan layanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidak sesuaian atas berbagai hal bentuk layanan yang tidak diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif (Parasuraman, 2001: 52)

b) Jaminan (*assurance*)

Merupakan pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, keamanan, kredibilitas, kompetensi dan sopan santun (Lupiyoadi, 2006: 182).

Setiap bentuk Layanan memerlukan adanya kepastian atas layanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu layanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan layanan, sehingga orang yang menerima layanan semakin puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan layanan yang diberikan akan tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan (Parasuraman, 2001: 69).

c) Bukti Fisik (*tangibility*)

Merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari layanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik, (misal: gedung, gudang dan lain lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya (Lupiyoadi, 2006: 182).

Parasuraman (2006: 32) mengemukakan pengertian bukti fisik dalam kualitas layanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik

dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu layanan yang diterima oleh orang yang menginginkan layanan, sehingga puas atas layanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian layanan yang diberikan.

d) Empati (*emphaty*)

Setiap kegiatan atau aktivitas layanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan layanan. Layanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan layanan memiliki adanya rasa empati (*empathy*) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap layanan (Parasuraman, 2001: 40).

Empati meliputi kemudahan dalam melakukan komunikasi dan menjalin hubungan yang baik serta perhatian pribadi dan mampu dalam memahami kebutuhan pelanggan.

e) Keandalan (*reliability*)

Setiap Layanan memerlukan bentuk layanan yang handal, artinya dalam memberikan layanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan, dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk layanan yang

memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas layanan yang diterima oleh masyarakat (Parasuraman, 2001: 48).

Memperhatikan berbagai pendapat ahli mengenai kualitas layanan, terutama pendapat Parasuraman, yang dimaksud dengan kualitas layanan adalah suatu persepsi pengertian yang kompleks seseorang tentang mutu layanan, tentang memuaskan atau tidak memuaskan suatu layanan yang diterimanya. Kebermutuan suatu layanan dapat ditentukan oleh lima unsur yang membentuknya, yaitu *responsiveness, assurance, tangible, empathy dan reliability*.

4) Pengukuran Kualitas Layanan dengan Metode SERVQUAL

Model kualitas jasa SERVQUAL (singkatan dari *Service Quality*) dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985, 1988, 1990, 1991, 1993, 1994) dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa: reparasi peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon interlokal, perbankan ritel dan pialang sekuritas.

Model SERVQUAL didasarkan pada asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja jasa pada atribut-atribut yang relevan dengan standar ideal/sempurna. Bila kinerja jasa sesuai dengan atau melebihi standar, maka persepsi atas kualitas jasa keseluruhan akan positif demikian juga sebaliknya. Dengan kata lain, model ini menganalisis kesenjangan antara dua variabel pokok, yakni jasa yang diharapkan (*expected service*) dengan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*). Menurut model SERVQUAL, apabila skor SERVQUAL negatif (-) berarti kualitas jasa kurang atau tidak baik

(pelanggan tidak puas). Apabila skor SERVQUAL sama dengan nol (0) berarti kualitas jasa baik (pelanggan puas). Apabila skor SERVQUAL positif (+) berarti kualitas jasa sangat baik (pelanggan sangat puas).

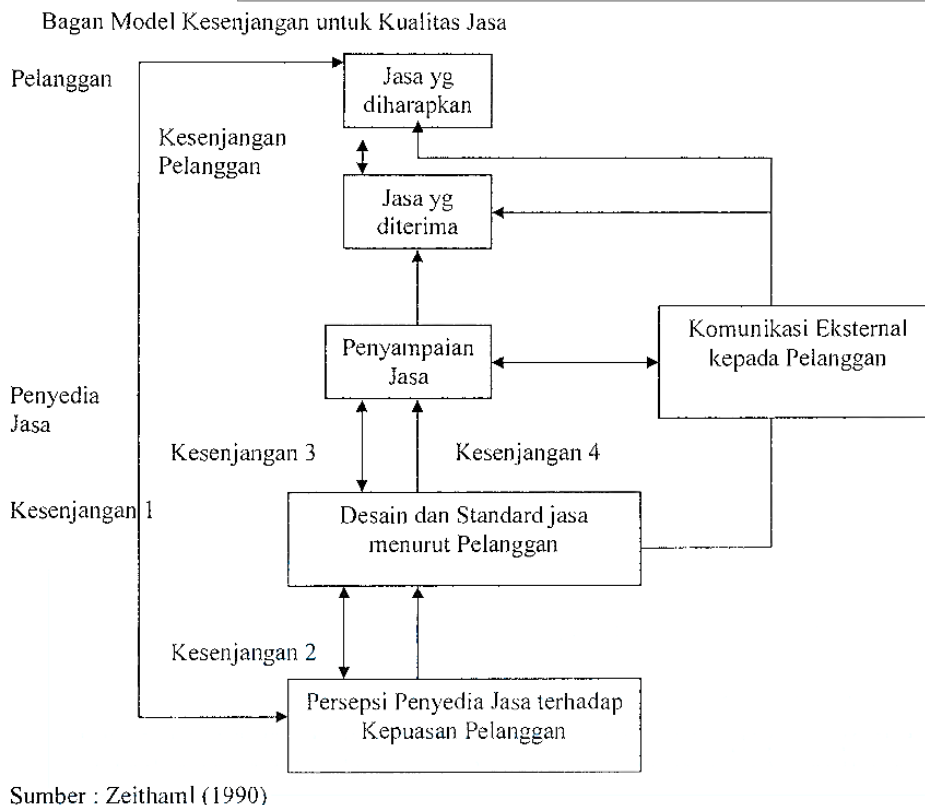
Oleh karena itu, pengukuran kualitas jasa layanan dapat dilakukan melalui kepuasan konsumen atas layanan yang diterimanya. Zeithaml (1990) menyatakan bahwa terdapat kesenjangan antara persepsi konsumen (*customer gap*) dan penyedia jasa mengenai kualitas jasa. Kesenjangan tersebut disebabkan jasa yang diterima/dipersepsikan oleh konsumen tidak sesuai dengan yang standard yang diharapkan. Dalam penelitiannya Parasuraman dan kawan-kawan (Leonard L Berry, Valerie A, Zeithaml) mengidentifikasi 5 kesenjangan yang menyebabkan kepuasan konsumen atas kualitas layanan yang diterima, yaitu :

- a) Kesenjangan antara persepsi manajemen penyedia jasa terhadap kepuasan pelanggan dengan jasa yang diharapkan konsumen. Pada kenyataannya, pihak manajemen penyedia jasa layanan tidak selalu dapat merasakan atau memahami apa yang diinginkan para pelanggan secara tepat. Akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana suatu jasa seharusnya didesain, dan jasa-jasa pendukung/sekunder apa saja yang diinginkan oleh konsumen.
- b) Kesenjangan antara persepsi manajemen penyedia jasa terhadap kepuasan konsumen dan spesifikasi/kualitas jasa. Kadangkala manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan, tetapi mereka tidak menyusun standart kinerja tertentu yang jelas. Hal ini bisa

dikarenakan tiga faktor, yaitu tidak adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa, kekurangan sumber daya, atau karena adanya kelebihan permintaan.

- c) Kesenjangan antara disain dan standar/spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Ada beberapa penyebab terjadinya gap ini, misalnya karyawan kurang terlatih beban kerja melampaui batas, tidak dapat memenuhi standar kinerja, atau bahkan tidak mau memenuhi standart kinerja yang ditetapkan.
- d) Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal kepada pelanggan. Seringkali harapan pelanggan dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh perusahaan. Resiko yang dihadapi perusahaan adalah apabila janji yang diberikan tidak dapat dipenuhi.
- e) Kesenjangan antara jasa yang diterima/diperoleh dan jasa yang diharapkan oleh konsumen. Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja / prestasi perusahaan dengan cara yang berlainan, atau bisa juga keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut. (Fandy Tjiptono, 1996 :80).

Untuk lebih memperjelas hubungan jasa yang diharapkan (*expected service*) dengan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*) yang menimbulkan lima kesenjangan yang telah dipaparkan di atas, bagan model kesenjangan berikut ini dapat menjelaskannya.

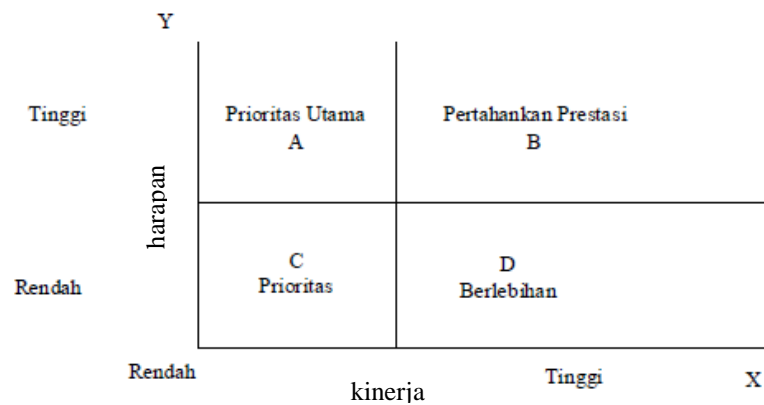


Gambar 1. Bagan model kesenjangan untuk kualitas jasa

5) *Importance Performance Analysis (IPA)*

Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) untuk mengukur hubungan antara prioritas peningkatan produk atau jasa yang dikenal dengan quadrant analysis. IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisis memudahkan usulan perbaikan kinerja. IPA bertujuan untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut pelanggan sangat mempengaruhi loyalitas dan kepuasan mereka. IPA menyatukan pengukuran faktor tingkat kinerja (*performance*) dengan tingkat harapan (*importance*) yang digambarkan dalam diagram dua dimensi yaitu

diagram *importance-performance* dimana sumbu x mewakili tingkat kinerja sedangkan sumbu y mewakili tingkat harapan. Grafik IPA dibagi dalam empat buah kuadran seperti dalam gambar berikut :



Gambar 2. Diagram Kartesius
Sumber: (Herni J. Astuti, 2006)

Keterangan :

- A. Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan konsumen, sehingga mengecewakan atau tidak puas.
- B. Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- C. Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

D. Menunjukkan faktor yang mempengaruhi konsumen kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

3. Klinik Terapi Fisik *Health and Sport Center* FIK UNY

Klinik Terapi Fisik merupakan salah satu pusat layanan kesehatan yang ada di *Health and Sport Center* (HSC), selain poliklinik kesehatan, pusat kebugaran jasmani. Klinik Terapi Fisik terletak di Jalan Colombo no. 1 Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281. Letak klinik ini cukup strategis karena klinik ini terletak di pinggir jalan raya yang dilewati banyak pengendara dan cukup mudah untuk dicari karena klinik ini terletak di kawasan UNY.

Klinik Terapi Fisik HSC FIK UNY merupakan salah satu fasilitas kesehatan yang berada di lingkungan kampus Fakultas Ilmu Keolahragaan (FIK) UNY. Fasilitas ini berada pada *Health and Sport Center* (HSC) UNY dari lantai 1 terdapat Unit Layanan Terpadu Layanan Kesehatan (UPT LK), di lantai 2 Terapi dan Rehabilitasi Fisik, lantai 3 Fitness Center, dan pada lantai 4 memiliki ruang manajemen HSC dan fasilitas layanan VIP. Selain itu juga terdapat fasilitas lain seperti kamar mandi, musholla, ruang tunggu serta lahan parkir yang luas.

Terapi dan Rehabilitasi fisik di *Health and Sport Center* (HSC) FIK UNY memberikan Layanan kesehatan berupa penanganan cedera ringan pada persendian seperti cedera jari kaki, cedera engkel, cedera lutut, cedera panggul, cedera pinggang, cedera tulang rusuk, cedera bahu, cedera leher,

cedera pada rahang, cedera siku, cedera pergelangan tangan, cedera jari jari tangan. Selain itu, *Health and Sport Center* (HSC) UNY juga memberikan layanan berupa *Sport Massage*, *Baby massage*, *massage* ibu hamil. Fasilitas yang dimiliki HSC merupakan suatu keunggulan baik dalam memberikan layanan terhadap pasien maupun bagi pegawai kontrak yaitu *masseur*.

B. Penelitian yang Relevan

Untuk memperkuat kajian teori dalam penelitian ini, peneliti memandang perlu untuk menyajikan beberapa hasil penelitian yang relevan dengan topik permasalahan penelitian yang akan dikaji. Kajian atas hasil penelitian yang relevan ini sangat diperlukan untuk mendukung kajian teoritis, adapun hasil penelitian yang relevan di bawah ini adalah:

1. Ahmad Khusaini (2016) dalam skripsi yang berjudul “Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Spa Club Arena Yogyakarta”, hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 65 responden diketahui analisis kualitas Layanan terhadap kepuasan konsumen di SPA Club Arena Yogyakarta sebagian besar mempunyai sikap Puas sebesar 43,07 %, sikap tidak puas sebesar 26,15 %, Sangat Tidak Puas 20,0 % dan Sangat Puas 10,77 %. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diartikan kualitas Layanan terhadap kepuasan konsumen di Spa Club Arena Yogyakarta adalah Puas.
2. Wisnu Nur Prasetyo (2016) dalam skripsi yang berjudul “Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Layanan *Fitness Center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta”, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan masyarakat terhadap jasa dan layanan di *Fitness*

Center GOR UNY adalah sangat memuaskan (100%). Adapun tingkat kepuasan masing-masing faktor sebagai berikut : (1) faktor *empathy* sangat memuaskan, (2) faktor *reliability* sangat memuaskan, (3) faktor *tangibles* sangat memuaskan, (4) faktor *assurance* sangat memuaskan, (5) faktor *responsiveness* sangat memuaskan.

3. Muhamad Ikhsan Sityardi (2018) dalam skripsi yang berjudul “Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelari Dengan Pendekatan Metode SERVQUAL Dan *Importance Performance Analysis* (Studi Kasus Pada Mesarace Organizer), hasil penelitian menunjukkan bahwa pelari belum merasa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan Mesarace selama *event* Mandiri Jogja Marathon dan melihat kekurangan di dalam penyelenggaraan ditandai dengan keseluruhan atribut nilai butir Gap bernilai negatif. Dari 5 dimensi yang diteliti dengan 34 atribut menunjukkan nilai negatif dan pendekatan metode IPA menemukan atribut dalam kuadran A harus segera diperbaiki meliputi : kemudahan melakukan registrasi dengan nilai gap sebesar -1,569 , kemampuan mengamankan jalur lari yang dilalui steril dari kendaraan dengan nilai gap sebesar -1,500, kecepatan tenaga medis dalam merespon peserta dengan gap sebesar -1,440, kemudahan mengakses *web site* dengan nilai gap sebesar -1,440, ketersediaan fasilitas penunjang dengan nilai gap sebesar -1,345, keamanan di *race area* -1,250, rumah sakit rujukan yang disediakan -1,172, *race organizer* mengganti atribut jika tidak sesuai atau cacat dengan nilai gap sebesar -1,138, semua *crew race organizer* dan *volunteer* mengetahui *detile event* dengan nilai gap

sebesar -1,129, ketanggapan *crew* saat melayani complain dengan nilai gap sebesar -1,112, ketepatan informasi yang diberikan oleh *crew* -1,009.

C. Kerangka Berfikir

Klinik Terapi Fisik *Health and Sport Center (HSC)* Universitas Negeri Yogyakarta merupakan salah satu pelayanan di bidang kesehatan khususnya jasa layanan terapi fisik yang ada di Yogyakarta. Dalam kesehariannya selalu dikunjungi oleh berbagai lapisan masyarakat dari anak-anak, pelajar, mahasiswa, orang dewasa, sampai orang tua yang mengalami permasalahan kesehatan seperti cedera. Dalam persaingan yang semakin ketat diantara klinik terapi saat ini, kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan. Kualitas pelayanan yang sangat baik akan memberikan kepuasan kepada konsumen, tingkat kepentingan dan harapan serta pelaksanaan atau kinerja yang dilakukan haruslah sesuai. Perusahaan perlu menilai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan apakah telah dipenuhinya. Misalnya, keprofesionalitas terapis dalam menangani pasien dianggap penting dan pasien merasa puas setelah melakukan terapi.

Dalam menyikapi masalah tersebut maka perusahaan harus lebih memahami keinginan atau harapan dari konsumen. Selain itu, pihak perusahaan juga harus mampu mengelola serta menerapkan strategi didalam memasarkan jasa yang dikelola, apakah strategi pemasaran yang terdiri dari produk atau jasa layanan yang di berikan, harga yang di tawarkan serta promosi yang di terapkan apakah sudah sesuai dan sudah memuaskan pelanggan atau

belum, sehingga dengan adanya rancangan tersebut kualitas layanan yang di berikan akan menjadi lebih baik. Hal ini juga membuat konsumen merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan sehingga konsumen tidak beralih jasa.

Berdasarkan teori-teori yang dikemukakan di atas, maka tersusun kerangka pikir seperti gambar di bawah ini:



Gambar 3. Kerangka Berpikir

D. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka berpikir yang dikemukakan di atas, maka timbul pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pasien terhadap kualitas layanan klinik terapi fisik HSC FIK UNY?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan pasien terhadap kualitas layanan klinik terapi fisik HSC FIK UNY?

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan sebuah rancangan bagaimana suatu penelitian akan dilakukan. Rancangan tersebut digunakan untuk mendapatkan jawaban terhadap pertanyaan penelitian yang dirumuskan (Ali Maksun, 2012: 95). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan angket berupa pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk diisi sesuai dengan keadaan sebenarnya.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Siyoto dan Sodik, 2015: 63). Sugiyono (2011: 90) menambahkan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien klinik terapi fisik HSC FIK Universitas Negeri Yogyakarta. Bagian populasi yang dipergunakan sebagai representasi populasi adalah sampel. Besaran sampel

merupakan banyaknya individu, subyek atau elemen dari populasinya yang diambil sebagai sampel.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya (Siyoto dan Sodik, 2015: 63). Sedangkan pengertian sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011: 91).

Atas dasar pertimbangan di atas, maka sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 65 pasien yang mengeluh cedera di klinik terapi fisik HSC UNY. Kriteria yang digunakan yaitu pasien yang mengeluh cedera dan mendapat penanganan terapi masase.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di *Health and Sport Center* (HSC) Universitas Negeri Yogyakarta pada tanggal 12-26 Oktober 2020 . Dengan cara memberikan angket pada responden untuk mendapatkan data yang diperlukan.

D. Definisi Operasional Variable

Ali Maksum (2012: 29) mengatakan, “variabel adalah suatu konsep yang memiliki variabilitas atau keberagaman yang menjadi fokus penelitian”. Variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan pasien terhadap kualitas layanan Klinik Terapi Fisik *Health and Sport Center* (HSC) FIK Universitas Negeri Yogyakarta, yaitu tingkat perasaan sangat puas, puas, tidak puas dan sangat tidak

puas setelah menerima jasa Layanan yang diberikan di klinik terapi HSC UNY dengan melihat fasilitas, kinerja karyawan, Layanan karyawan, respon karyawan terhadap pasien, penampilan karyawan, perilaku karyawan dan kemudahan dalam komunikasi terhadap pasien.

E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan angket kuisisioner. Jenis yang digunakan adalah angket tertutup yang berupa pernyataan tertulis, yang diberikan kepada responden untuk diisi sesuai dengan keadaan sebenarnya. Seperti yang dijelaskan Suharsimi Arikunto (2010: 195) angket tertutup adalah angket yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan. Angket dalam penelitian ini berbentuk *rating scale*, berupa butir pernyataan-pernyataan yang diikuti oleh kolom-kolom yang menunjukkan tingkatan: Sangat Puas (SP), Puas (P), Tidak Puas (TP), Sangat Tidak Puas (STP). Teknik angket ini digunakan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi masyarakat menggunakan Layanan klinik terapi fisik di HSC UNY. Cara pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Peneliti memberikan angket kepada sejumlah responden.
- b. Responden mengisi angket yang diberikan.
- c. Angket dikembalikan kepada peneliti setelah diisi oleh responden.

2. Instrument Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah (Suharsini Arikunto 2006: 160). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner yang berbentuk angket. Angket tersebut berisi butir-butir pernyataan untuk diberi tanggapan oleh responden. Nasution (2000: 128) menjelaskan angket adalah daftar pertanyaan yang di distribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah adaptasi dari angket yang disusun oleh Imawati (2008) berupa kuesioner dari variabel kualitas jasa yang diukur terdiri dari lima dimensi. Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut masing-masing dimensinya diwakili oleh beberapa pertanyaan yang seluruhnya berjumlah 42 pertanyaan. Untuk menentukan skor digunakan skala Likert, dimana penilaian kepentingan (harapan dan kinerja) diberikan bobot satu sampai dengan empat. Uji instrumen dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

Angket disajikan dalam bentuk tertutup dan terbuka kemudian dijawab langsung oleh responden. Jawaban diberikan dengan tanda *check list* (✓) pada lembar jawaban yang sudah disediakan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup yang harus diisi oleh pasien di HSC UNY.

Sutrisno Hadi (1991: 7) mengatakan ada beberapa langkah yang harus ditempuh dalam menyusun instrumen, langkah-langkah tersebut antara lain yaitu:

1) Mendefinisikan konstruk

Mendefinisikan konstruk yaitu suatu tahapan yang bertujuan untuk memberikan batasan arti dari konstruk yang akan diteliti, dengan demikian nantinya tidak terjadi penyimpangan terhadap tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Konsep dasar mengenai analisis kualitas Layanan terhadap kepuasan konsumen.

2) Menyidik faktor

Menyidik faktor adalah langkah kedua, yaitu unsur atau faktor-faktor dari variabel di atas dijabarkan menjadi faktor-faktor yang diukur. Faktor-faktor itu dijadikan tolak ukur untuk menyusun instrumen berupa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada responden.

3) Menyusun butir-butir pertanyaan

Menyusun butir-butir pertanyaan, adalah langkah ketiga dengan menyusun butir pertanyaan berdasarkan faktor yang menyusun konstruk. Butir pertanyaan harus merupakan penjabaran isi faktor.

Adapun kisi-kisi pernyataan yang akan digunakan dalam membuat angket dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Kisi-Kisi Angket Kepuasan Pasien terhadap Kualitas Layanan Klinik Terapi Fisik *Health and Sport Center* (HSC) Universitas Negeri Yogyakarta

Variabel	Dimensi/faktor	Indikator	Nomor Butir
Kepuasan Pasien terhadap jasa dan layanan Klinik Terapi Fisik HSC FIK UNY	<i>Tangibles</i> (bukti langsung)	a. Kenyamanan dan akses lokasi b. Kebersihan alat dan fasilitas	1, 2, 3, 4, 5, 6,7, 8, 9, 10,11, 12
	<i>Reliability</i> (keandalan)	a. Kinerja dan profesionalisme karyawan/terapis b. Perhatian dan Layanan terhadap pasien	13, 14, 15, 16, 17,18, 19, 20,
	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	a. Respons klinik terapi HSC UNY terhadap masukan pasien b. Respons karyawan/terapis terhadap pasien yang membutuhkan bantuan	21, 22, 23, 24, 25, 26, 27
	<i>Assurance</i> (jaminan)	a. Jaminan keamanan bagi pasien b. Harga dan kesesuaian	28, 29, 30, 31, 32, 33, 34,
	<i>Empaty</i> (perhatian)	a. Kemudahan	35, 36, 37,
		b. Komunikasi	38, 39, 40, 41, 42.

F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengetahui keakuratan dari masing-masing pertanyaan pada kuisioner yang telah disebarkan. Suharsimi Arikunto (2010: 211) menyatakan bahwa suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Pada pengujian validitas digunakan rumus komputer seri program statistik SPSS 21.00 *version for windows*. Untuk mengukur validitas suatu variabel, dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap nilai butir pertanyaan dengan nilai total seluruh butir pertanyaan. Hasil pengujian valid apabila r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} dihitung menggunakan rumus :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Sumber : (Tony Wijaya, 2011 : 85)

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi *product moment*

N : Jumlah Subyek

X : Skor item

Y : Skor total

$\sum X$: Jumlah skor item

$\sum Y$: Jumlah skor total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

Nilai r tabel dilihat pada distribusi nilai r tabel. Pada tingkat kemaknaan 5%, maka akan didapatkan angka r tabel. Masing-masing pertanyaan atau pernyataan dibandingkan nilai r hitung atau output dengan nilai r tabel, bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan atau pernyataan tersebut valid.

Uji validitas dilakukan kepada 65 responden dari pasien Klinik Terapi Fisik HSC FIK UNY. Dalam distribusi nilai r tabel untuk $n = 65$ pada

signifikansi 5% yaitu 0,244. Hasil perhitungan yang didapat menunjukkan bahwa dari 42 butir pertanyaan atau pernyataan persepsi dan harapan pasien dalam kuesioner penelitian ini memenuhi syarat atau valid. Adapun untuk hasil uji validitas selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 5 dan 6.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur (instrumen) dapat menunjukkan kemantapan, keajegan, atau stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan instrumen tersebut dalam penelitian berikutnya dengan kondisi yang tetap. Cara mengukur teknik pengujian keterandalan instrumen menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Hal ini diperjelas dengan pernyataan Haryadi Sarjono (2011: 45), “Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach’s Alpha* > 0,60”.

Seperti yang dikatakan dikatakan Suharsimi (2002: 154), reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik.

Hasil uji reliabilitas menggunakan bantuan komputer program *SPSS 21.0 for Windows Evaluation Version*, diperoleh koefisien reliabilitas sebesar 0,962. Hasil tersebut dapat disimpulkan instrumen dikatakan reliabel atau andal. Sebagai tolak ukur tinggi rendahnya koefisien realibilitas digunakan interpretasi yang dikemukakan oleh Suharsimi Arikunto (1993: 233) sebagai berikut:

0,800 - 1,00 = Sangat tinggi
0,600 – 0,800 = Tinggi

0,400 – 0,600 = Cukup
0,200 – 0,400 = Rendah
0,000 – 0,200 = Sangat Rendah

G. Teknik Analisis Data

Analisa dilakukan terhadap tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di klinik terapi fisik HSC FIK UNY. Hal yang dilakukan adalah dengan cara menganalisa tingkatan *gap* yang didapatkan dari tiap variabel atau atribut, sehingga didapatkan rekomendasi untuk perusahaan mengenai atribut yang memiliki tingkat prioritas perbaikan tertinggi agar ditingkatkan kualitas atribut jasa tersebut.

Berikut adalah hal yang perlu dilakukan dalam menghitung menggunakan metode *servqual* :

1. Menghitung *Mean* Persepsi dan Harapan

Menghitung rata-rata (*mean*) untuk tiap-tiap atribut yang diukur. Langkah ini dilakukan dengan menghitung rata-rata *score* dari tiap atribut dari persepsi dan harapan.

2. Penghitungan Nilai *Servqual* (*Gap*)

Menghitung nilai *Servqual* dengan mengurangi nilai rata-rata persepsi aktual dengan nilai rata-rata harapan responden.

$$\text{Nilai servqual} = (\text{rata-rata persepsi}) - (\text{rata-rata harapan})$$

Selanjutnya nilai *gap* keseluruhan diinterpretasikan dengan pendekatan *Importance Performance Analysis* sehingga didapatkan rekomendasi untuk perusahaan mengenai atribut yang memiliki tingkat prioritas perbaikan tertinggi agar ditingkatkan kualitas atribut jasa tersebut.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat terhadap kualitas jasa layanan di klinik terapi fisik HSC UNY diukur berdasarkan indikator *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsive*, dan *assurance*. Dari indikator tersebut kemudian dikembangkan kedalam 42 butir pernyataan, dengan 4 alternatif tanggapan atau respon, kemudian di skor mulai dari 1 sampai 4. Dari kuesioner yang telah dikumpulkan didapatkan 29 responden laki-laki dengan presentasi sebanyak 44.6% sedangkan untuk responden perempuan didapatkan 36 responden dengan presentasi sebanyak 55.4%. Diketahui bahwa dari total 65 responden paling banyak mengalami keluhan cedera pada bahu yaitu sebanyak 18 orang (87.7%) kemudian responden yang mengalami keluhan pada lutut, pinggang dan pergelangan kaki masing masing 8 orang dengan persentase 12.3% , cedera leher 5 orang (7.7%), cedera punggung 3 orang(4.6%), cedera pergelangan tangan 3 orang (4.6%) dan responden lainnya mengalami keluhan yang berbeda-beda seperti cedera pada siku, jari tangan, jari kaki, cedera panggul, dan cedera pada otot paha.

1. Dimensi *Tangible* (Bukti fisik)

Pada dimensi *tangible* (bukti fisik) diartikan sebagai tampilan fisik yang nyata yaitu fasilitas-fasilitas yang ada dan dapat dirasakan langsung oleh pasien. Dimensi ini merupakan dimensi pertama kali yang akan dirasakan oleh pasien dengan panca indra nya sehingga dimensi ini merupakan dimensi yang sangat

penting bagi pasien maupun calon pasien. Berikut adalah hasil perhitungan nilai *servqual* pada dimensi *tangibel* disajikan dalam tabel 2.

Tabel 2. Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Dimensi *Tangible* (Bukti Fisik)

No.	Variabel Pernyataan	Skor Kenyataan	Skor Harapan	GAP Servqual
1	Kenyamanan pasien di Ruang tunggu	3,200	3,738	-0,538
2	Kenyamanan pasien di Ruang terapi	3,277	3,692	-0,415
3	Penataan Ruang tunggu pasien	3,246	3,554	-0,308
4	Kondisi toilet/watset/ WC yang tersedia	3,369	3,692	-0,323
5	Akses lokasi menuju HSC UNY	3,046	3,554	-0,508
6	Tempat parkir yang tersedia di HSC UNY	3,169	3,846	-0,677
7	Fasilitas hiburan yang di sediakan bagi pasien	2,908	3,477	-0,569
8	Kelengkapan peralatan terapi	3,154	3,708	-0,554
9	Kelancaran air kamar mandi di HSC UNY	3,292	3,600	-0,308
10	Kerapian ruangan terapi yang digunakan.	3,431	3,646	-0,215
11	Kebersihan ruangan terapi	3,446	3,600	-0,154
12	Kebersihan peralatan terapi di HSC UNY	3,354	3,646	-0,292

2. Dimensi *Reliability* (Kehandalan)

Pada dimensi *reliability* berisikan butir pernyataan yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pasien. Dimensi ini merupakan dimensi pelayanan bagaimana penyedia jasa memberikan pelayanan kepada pasien dengan sumberdayanya. Berikut adalah hasil perhitungan nilai *servqual* pada dimensi *reliability* disajikan dalam tabel 3.

Tabel 3. Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Dimensi *Reliability*

No.	Variabel Pernyataan	Skor Kenyataan	Skor Harapan	GAP Servqual
13	Waktu pelayanan HSC UNY	3,031	3,369	-0,338
14	Waktu buka dan tutup HSC UNY	2,938	3,262	-0,323
15	Profesionalitas terapis saat melayani pasien di ruang terapi	3,169	3,415	-0,246
16	Terapis berada di ruangan pemijatan selama proses pemijatan berlangsung	3,138	3,523	-0,385
17	Treatment terapi sesuai dengan yang di butuhkan pasien	3,062	3,523	-0,462
18	Evaluasi yang di berikan kepada pasien setelah terapi	3,062	3,308	-0,246
19	Sebelum melakukan pemijatan terapis menjelaskan tentang treatment yang akan diberikan	2,938	3,369	-0,431

3. Dimensi *Responsiveness* (Daya tanggap)

Dimensi *responsiveness* merupakan keinginan dan kemauan karyawan serta perusahaan dalam memberikan bantuan dan memberikan respon kecepatan serta ketepatan dalam melayani pasiennya. Keinginan pasien dari dimensi ini akan meningkat dari waktu ke waktu karena pasien ingin menjadi prioritas utama. Sehingga dimensi ini tergolong sangat penting untuk dikaji. Berikut ini adalah hasil perhitungan nilai *servqual* pada dimensi *responsiveness* disajikan dalam tabel 4.

Tabel 4. Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Dimensi *Responsiveness*

No.	Variabel Pernyataan	Skor Kenyataan	Skor Harapan	GAP Servqual
20	Penampilan terapis terhadap pasien	3,246	3,723	-0,477
21	Tanggapan terapis terhadap keluhan pasien	3,308	3,708	-0,400
22	Terapis memberikan arahan atas keluhan pasien	3,215	3,631	-0,415

23	Kejelasan terapis dalam penyampaian masukan dan saran bagi pasien	3,231	3,615	-0,385
24	Pemahaman terapis mengenai keluhan pasien	3,031	3,846	-0,815
25	Pemberian pelayanan oleh terapis	3,200	3,462	-0,262
26	Kemudahan dalam pendaftaran pasien	3,169	3,831	-0,662

4. Dimensi Assurance (Jaminan)

Dimensi *assurance* merupakan pengetahuan dari karyawan atau perusahaan dalam menanamkan rasa percaya terhadap produk dan jasa dari perusahaan yang bersangkutan. Ada empat aspek yang bisa jadi parameter dalam dimensi ini, aspek-aspek tersebut adalah keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan. Berikut adalah hasil perhitungan nilai *servqual* pada dimensi *assurance* disajikan dalam tabel 5.

Tabel 5. Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Dimensi Assurance

No.	Variabel Pernyataan	Skor Kenyataan	Skor Harapan	GAP Servqual
27	Keamanan tempat parkir yang di sediakan HSC UNY	3,031	3,662	-0,631
28	Keamanan barang di tempat terapi	3,123	3,492	-0,369
29	Harga yang diterapkan	3,108	3,662	-0,554
30	Kesesuaian harga dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan	3,108	3,462	-0,354
31	Kenyamanan pasien saat dilakukan terapi	3,123	3,615	-0,492
32	Kenyamanan setelah melakukan terapi	3,062	3,585	-0,523
33	Ketangkasan terapis dalam memberikan pelayanan	3,169	3,692	-0,523

5. Dimensi *Empathy* (Perhatian)

Dimensi *empathy* merupakan perhatian yang diberikan dari perusahaan terhadap personal pasien di mana setiap elemen perusahaan memberikan perhatian dan pelayanan baik dari segi informasi, pelayanan, dan memahami kebutuhan pasien. Berikut adalah hasil perhitungan nilai *servqual* pada dimensi *empathy* disajikan dalam tabel 6.

Tabel 6. Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Dimensi *Empathy*

No.	Variabel Pernyataan	Skor Kenyataan	Skor Harapan	GAP Servqual
34	Informasi klinik terapi HSC UNY bisa didapat dengan mudah	2,831	3,431	-0,600
35	Pemberian pelayanan secara individu bagi pasien	3,123	3,554	-0,431
36	HSC UNY melayani konsultasi kepada pasien	3,062	3,831	-0,769
37	Perhatian terapis terhadap pasien yang berkebutuhan khusus	3,154	3,692	-0,538
38	Pemahaman terhadap kebutuhan pasien oleh terapis	3,246	3,600	-0,354
39	Pemberian arahan dan masukan oleh terapis	3,154	3,615	-0,462
40	Komunikasi terapis terhadap pasien	3,323	3,846	-0,523
41	Terapis memberikan kesungguhan dalam merespon permintaan pasien	3,231	3,600	-0,369
42	Keramah tamahan terapis	3,415	3,692	-0,277

6. Data *Ranking Gap* Keseluruhan

Dari hasil perhitungan nilai rata-rata *gap* secara keseluruhan dari kelima dimensi, selanjutnya seluruh butir pernyataan yang ditanyakan diurutkan berdasarkan nilai *negative* tertinggi hingga *negative* terendah. Nilai *negative* tertinggi menunjukkan urutan prioritas ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan klinik terapi fisik HSC UNY. *Ranking* nilai *gap* disajikan dalam tabel 7 berikut ini :

Tabel 7. Data *Ranking Gap* Seluruh Atribut pernyataan

No	Variabel Pernyataan	Skor Kenyataan	Skor Harapan	Gap Servqual	Ranking
24	Pemahaman terapis mengenai keluhan pasien	3,031	3,846	-0,815	1
36	HSC UNY melayani konsultasi kepada pasien	3,062	3,831	-0,769	2
6	Tempat parkir yang tersedia di HSC UNY	3,169	3,846	-0,677	3
26	Kemudahan dalam pendaftaran pasien	3,169	3,831	-0,662	4
27	Keamanan tempat parkir yang di sediakan HSC UNY	3,031	3,662	-0,631	5
34	Informasi klinik terapi HSC UNY bisa didapat dengan mudah	2,831	3,431	-0,600	6
7	Fasilitas hiburan yang di sediakan bagi pasien	2,908	3,477	-0,569	7
8	Kelengkapan peralatan terapi	3,154	3,708	-0,554	8
29	Harga yang diterapkan	3,108	3,662	-0,554	9
37	Perhatian terapis terhadap pasien yang berkebutuhan khusus	3,154	3,692	-0,538	10
1	Kenyamanan pasien di Ruang tunggu	3,200	3,738	-0,538	11
32	Kenyamanan setelah melakukan terapi	3,062	3,585	-0,523	12
33	Ketangkasan terapis dalam memberikan pelayanan	3,169	3,692	-0,523	13
40	Komunikasi terapis terhadap pasien	3,323	3,846	-0,523	14
5	Akses lokasi menuju HSC UNY	3,046	3,554	-0,508	15
31	Kenyamanan pasien saat dilakukan terapi	3,123	3,615	-0,492	16
20	Penampilan terapis terhadap pasien	3,246	3,723	-0,477	17
17	Treatment terapi sesuai dengan yang di butuhkan pasien	3,062	3,523	-0,462	18
39	Pemberian arahan dan masukan oleh terapis	3,154	3,615	-0,462	19

19	Sebelum melakukan pemijatan terapis menjelaskan tentang treatment yang akan diberikan	2,938	3,369	-0,431	20
35	Pemberian pelayanan secara individu bagi pasien	3,123	3,554	-0,431	21
2	Kenyamanan pasien di Ruang terapi	3,277	3,692	-0,415	22
22	Terapis memberikan arahan atas keluhan pasien	3,215	3,631	-0,415	23
21	Tanggapan terapis terhadap keluhan pasien	3,308	3,708	-0,400	24
16	Terapis berada di ruangan pemijatan selama proses pemijatan berlangsung	3,138	3,523	-0,385	25
23	Kejelasan terapis dalam penyampaian masukan dan saran bagi pasien	3,231	3,615	-0,385	26
28	Keamanan barang di tempat terapi	3,123	3,492	-0,369	27
41	Terapis memberikan kesungguhan dalam merespon permintaan pasien	3,231	3,600	-0,369	28
30	Kesesuaian harga dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan	3,108	3,462	-0,354	29
38	Pemahaman terhadap kebutuhan pasien oleh terapis	3,246	3,600	-0,354	30
13	Waktu pelayanan HSC UNY	3,031	3,369	-0,338	31
4	Kondisi toilet/wc yang tersedia	3,369	3,692	-0,323	32
14	Waktu buka dan tutup HSC UNY	2,938	3,262	-0,323	33
9	Kelancaran air kamar mandi di HSC UNY	3,292	3,600	-0,308	34
3	Penataan Ruang tunggu pasien	3,246	3,554	-0,308	35
12	Kebersihan peralatan terapi di HSC UNY	3,354	3,646	-0,292	36
42	Keramah tamahan terapis	3,415	3,692	-0,277	37
25	Pemberian pelayanan oleh terapis	3,200	3,462	-0,262	38

15	Profesionalitas terapis saat melayani pasien di ruang terapi	3,169	3,415	-0,246	39
18	Evaluasi yang di berikan kepada pasien setelah terapi	3,062	3,308	-0,246	40
10	Kerapian ruangan terapi yang digunakan	3,431	3,646	-0,215	41
11	Kebersihan ruangan terapi	3,446	3,600	-0,154	42

7. Perhitungan Kualitas Pelayanan

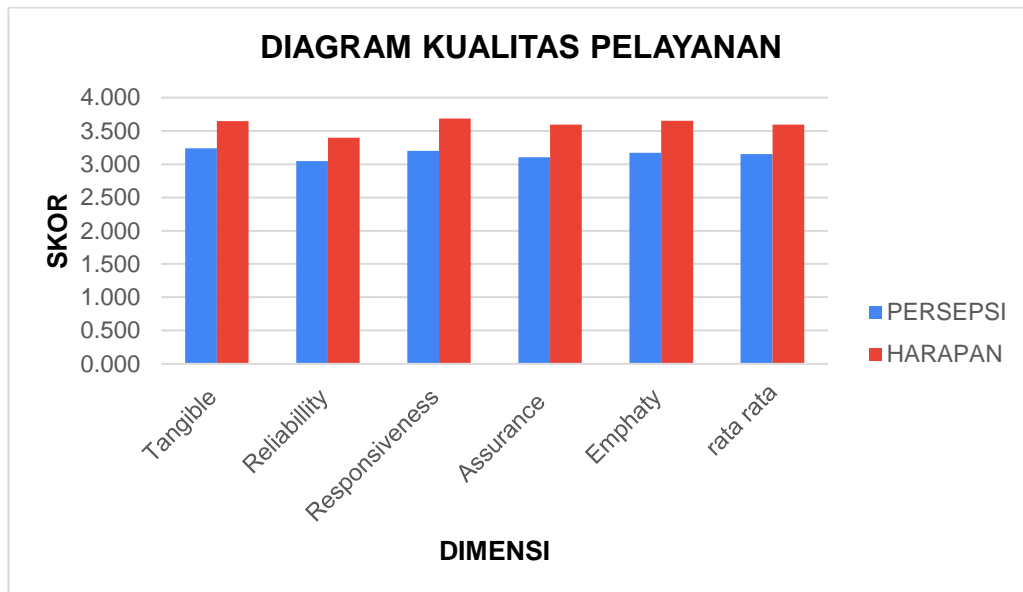
Selanjutnya setelah didapatkan nilai gap tertinggi hingga terendah, perlu untuk mengetahui kualitas pelayanan perusahaan terhadap persepsi pelanggan. Tahap yang dilakukan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

$$\text{Kualitas Layanan (Q)} = \frac{\text{Penilaian (persepsi)}}{\text{Harapan (E)}}$$

Tabel 8. Perhitungan Kualitas Pelayanan

Dimensi	Persepsi (P)	Harapan E	GAP	Q= P/E
Tangible (Bukti fisik)	3,241	3,646	-0,405	0,889
Reliability (Kehandalan)	3,048	3,396	-0,347	0,898
Responsiveness (Daya tanggap)	3,200	3,688	-0,488	0,868
Assurance (Jaminan)	3,103	3,596	-0,492	0,863
Emphaty (Perhatian)	3,171	3,651	-0,480	0,868
Rata rata	3,153	3,595	-0,443	0,877

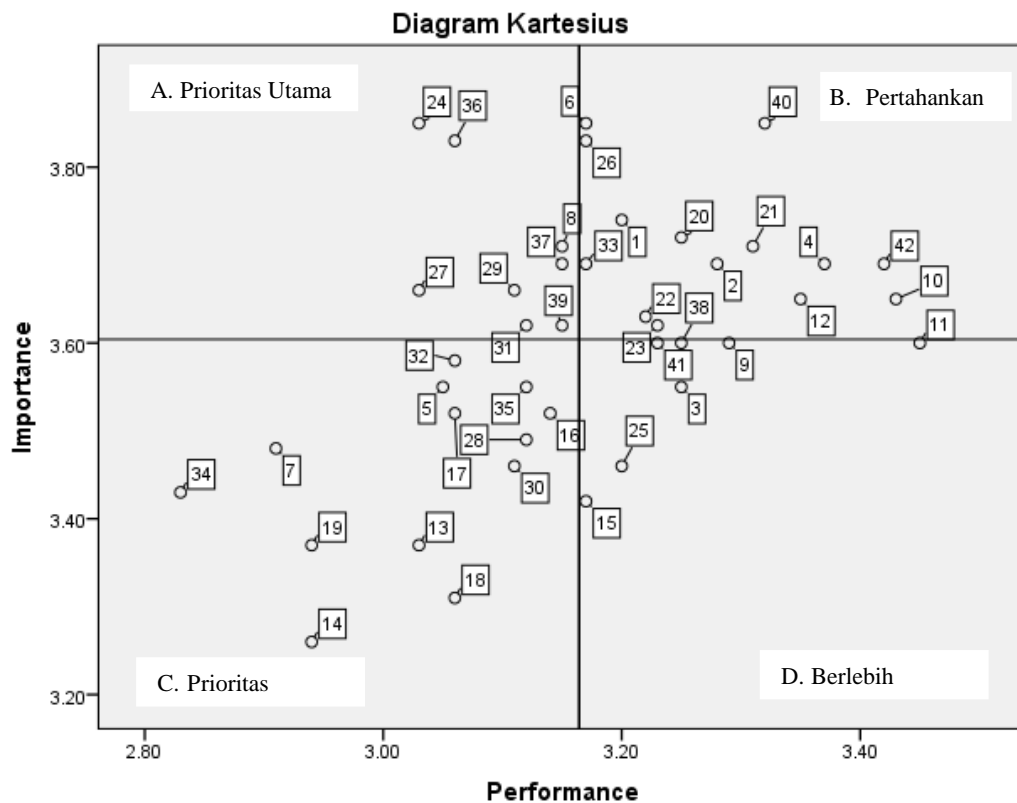
Hasil tabel tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk diagram terlihat sebagai berikut:



Gambar 4. Diagram Kualitas Pelayanan

8. *Important Performance Analysis*

Diagram *Importance Performance Analysis* (Diagram Kartesius) digunakan untuk mengetahui posisi setiap atribut pernyataan yang ditanyakan kepada pasien klinik terapi fisik HSC FIK UNY terhadap persepsi pasien dengan harapan pasien. Langkah menentukan posisi atribut kedalam kuadran didapatkan dengan menentukan nilai *mean* masing-masing atribut pernyataan persepsi (*Performance*) sebagai sumbu X dan mean masing-masing aribut pernyataan harapan sebagai sumbu Y (*Importance*). Peneliti menggunakan software SPSS 21.0 untuk menentukan nilai diagram kartesius yang hasilnya ditunjukkan pada gambar berikut :



Gambar 5. Diagram Kartesius

Untuk memudahkan analisa kemudian kuadran dijabarkan kedalam tabel

9 berikut ini :

Tabel 9. Nilai Keanggotaan Kuadran

NO.	VARIABEL PERYATAAN	GAP Servqual	Kuadran
	Dimensi <i>Tangible</i> (Bukti fisik)		
1	Kenyamanan pasien di Ruang tunggu	-0.538	B
2	Kenyamanan pasien di Ruang terapi	-0.415	B
3	Penataan Ruang tunggu pasien	-0.308	D
4	Kondisi toilet/watset/ WC yang tersedia	-0.323	B
5	Akses lokasi menuju HSC UNY	-0.508	C
6	Tempat parkir yang tersedia di HSC UNY	-0.677	B
7	Fasilitas hiburan yang di sediakan bagi pasien	-0.569	C
8	Kelengkapan peralatan terapi	-0.554	A

9	Kelancaran air kamar mandi di HSC UNY	-0.308	D
10	Kerapian ruangan terapi yang digunakan.	-0.215	B
11	Kebersihan ruangan terapi	-0.154	D
12	Kebersihan peralatan terapi di HSC UNY	-0.292	B
	Dimensi <i>Reliability</i> (Kehandalan)		
13	Waktu pelayanan HSC UNY	-0.338	C
14	Waktu buka dan tutup HSC UNY	-0.323	C
15	Profesionalitas terapis saat melayani pasien di ruang terapi	-0.246	D
16	Terapis berada di ruangan pemijatan selama proses pemijatan berlangsung	-0.385	C
17	Treatment terapi sesuai dengan yang di butuhkan pasien	-0.462	C
18	Evaluasi yang di berikan kepada pasien setelah terapi	-0.246	C
19	Sebelum melakukan pemijatan terapis menjelaskan tentang treatment yang akan diberikan	-0.431	C
	Dimensi <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)		
20	Penampilan terapis terhadap pasien	-0.477	B
21	Tanggapan terapis terhadap keluhan pasien	-0.400	B
22	Terapis memberikan arahan atas keluhan pasien	-0.415	B
23	Kejelasan terapis dalam penyampaian masukan dan saran bagi pasien	-0.385	B
24	Pemahaman terapis mengenai keluhan pasien	-0.815	A
25	Pemberian pelayanan oleh terapis	-0.262	D
26	Kemudahan dalam pendaftaran pasien	-0.662	B
	Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan)		
27	Keamanan tempat parkir yang di sediakan HSC UNY	-0.631	A
28	Keamanan barang di tempat terapi	-0.369	C
29	Harga yang diterapkan	-0.554	A
30	Kesesuaian harga dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan	-0.354	C

31	Kenyamanan pasien saat dilakukan terapi	-0.492	A
32	Kenyamanan setelah melakukan terapi	-0.523	C
33	Ketangkasan terapis dalam memberikan pelayanan	-0.523	B
	Dimensi <i>Emphaty</i> (Perhatian)		
34	Informasi klinik terapi HSC UNY bisa didapat dengan mudah	-0.600	C
35	Pemberian pelayanan secara individu bagi pasien	-0.431	C
36	HSC UNY melayani konsultasi kepada pasien	-0.769	A
37	Perhatian terapis terhadap pasien yang berkebutuhan khusus	-0.538	A
38	Pemahaman terhadap kebutuhan pasien oleh terapis	-0.354	D
39	Pemberian arahan dan masukan oleh terapis	-0.462	A
40	Komunikasi terapis terhadap pasien	-0.523	B
41	Terapis memberikan kesungguhan dalam merespon permintaan pasien	-0.369	D
42	Keramah tamahan terapis	-0.277	B

B. Pembahasan

Kepuasan pelanggan atau konsumen merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan konsumen, maka konsumen akan kecewa. Tetapi apabila kinerja sesuai dengan harapan pelanggan, akan puas. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, tidak mempedulikan terhadap harga dan memberi komentar yang baik terhadap kinerja perusahaan.

Klinik Terapi Fisik *Health and Sport Center* (HSC) FIK UNY merupakan salah satu badan usaha di bidang kesehatan yang sangat memperhatikan kepuasan pelanggan, karena Klinik Terapi Fisik HSC merupakan salah satu badan usaha

yang menjual jasa bagi konsumen/pasien. Salah satu faktor untuk tetap menjaga kepuasan pasien salah satunya adalah dengan meningkatkan atau menjaga kualitas layanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan, kualitas jasa pelayanan merupakan kondisi dari kinerja yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan/konsumen. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pasien di Klinik Terapi Fisik HSC UNY, jika kualitas layanan yang diberikan sudah cukup baik, bisa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini kualitas layanan yang diteliti didasarkan pada beberapa faktor yaitu faktor bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

1. Dimensi Bukti Langsung (*Tangible*)

Pada dimensi *tangible* (bukti fisik) diartikan sebagai tampilan fisik yang nyata yaitu fasilitas-fasilitas yang ada dan dapat dirasakan langsung oleh pasien. Dimensi ini merupakan dimensi pertama kali yang akan dirasakan oleh pasien dengan panca indranya sehingga dimensi ini merupakan dimensi yang sangat penting bagi pasien maupun calon pasien, karena suatu *service* tidak terlihat atau dirasakan oleh indera manusia, maka aspek *tangible* menjadi bagian penting dari *service quality*. Pada dimensi *tangible* didapatkan nilai keseluruhan atribut bernilai negatif artinya pelanggan belum puas dengan performa perusahaan. Nilai negatif terbesar adalah ketersediaan fasilitas tempat parkir di HSC dengan nilai

selisih gap sebesar -0,677. Selanjutnya gap kedua adalah fasilitas hiburan yang di sediakan bagi pasien dengan nilai -0,569. Urutan gap ke tiga adalah kelengkapan peralatan terapi dengan selisih nilai gap sebesar -0,554.

Atribut kenyamanan pasien di ruang tunggu dan akses lokasi menuju HSC UNY berada di peringkat ke empat dan ke lima dengan nilai gap sebesar -0,538 dan -0,508. Sedangkan peringkat selisih gap masing-masing pernyataan pada dimensi *tangible* secara berurutan yaitu Kenyamanan pasien di Ruang terapi - 0,415, kondisi toilet/WC yang tersedia -0,323, kelancaran air kamar mandi dan penataan ruang tunggu pasien masing masing -0,308, kebersihan peralatan terapi -0,292, kerapian ruangan terapi -0,215 serta kebersihan ruangan terapi -0,154.

Solusi yang dapat ditawarkan untuk klinik terapi HSC berdasarkan permasalahan di atas adalah dengan memperjelas rambu rambu parkir baik untuk sepeda motor ataupun mobil serta dapat menambahkan area teduh untuk parkir kendaraan khususnya mobil. Untuk mengatasi permasalahan pada gap ketiga adalah dengan menambah fasilitas hiburan untuk pasien seperti wifi di ruang tunggu, tayangan televisi, atau dengan ditambahkan musik relaksasi khususnya di ruang terapi.

2. Dimensi Keandalan (*Reliability*)

Dimensi keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang telah diajanjikan dengan tepat. Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 3 tingkat kepuasan pasien terhadap dimensi *Reliability* ditunjukkan bahwa semua butir pernyataan bernilai negatif. Artinya pelanggan belum puas dengan pelayanan yang diberikan oleh klinik terapi HSC UNY. Nilai gap tertinggi

adalah *treatment* terapi sesuai dengan yang di butuhkan pasien dengan selisih gap sebesar -0,462. Selanjutnya nilai gap tertinggi kedua pada dimensi kehandalan adalah sebelum melakukan pemijatan terapis menjelaskan tentang *treatment* yang akan diberikan dengan nilai gap -0,431. Urutan gap ke tiga adalah terapis berada di ruangan pemijatan selama proses pemijatan berlangsung dengan selisih gap sebesar -0,385.

Keandalan dapat diartikan memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan, dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktifitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh pelanggan.

Selisih gap selanjutnya secara berurutan dari peringkat empat sampai peringkat tujuh adalah waktu pelayanan HSC UNY -0,338, waktu buka dan tutup HSC UNY -0,323, profesionalitas terapis saat melayani pasien di ruang terapi dan evaluasi yang di berikan kepada pasien setelah terapi bernilai sama -0,246.

Secara keseluruhan nilai selisih dari dimensi keandalan ini tidak terlalu besar dibanding dengan dimensi yang lainnya. Akan tetapi perhatian yang lebih perlu dilakukan pada atribut *treatment* terapi sesuai dengan yang di butuhkan pasien dan sebelum melakukan pemijatan terapis menjelaskan tentang *treatment* yang akan diberikan. Di sinilah peran penting komunikasi antara terapis dan pasien baik sebelum dilakukan terapi maupun saat dilakukan terapi.

3. Dimensi Daya tanggap (*Responsiveness*)

Responsiveness merupakan keinginan dari perusahaan untuk menolong pelanggan dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat dalam melayani pelanggan. Pelanggan akan selalu memiliki harapan yang semakin meningkat, karena sifat manusiawi yang tidak pernah terpuaskan. Serta harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan akan semakin meningkat dari waktu ke waktu karena pelanggan sangat ingin dilayani dengan cepat dan menjadi prioritas utama ketika datang ke perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang ditunjukkan Tabel 4, seluruh atribut bernilai negatif. Butir pernyataan pemahaman terapis mengenai keluhan pasien pada dimensi ini menempati peringkat pertama dengan selisih nilai -0,815. Di peringkat ke dua kemudahan dalam pendaftaran pasien dengan selisih -0,662. Urutan gap ke tiga adalah penampilan terapis terhadap pasien dengan selisih nilai -0,477.

Selisih gap selanjutnya secara berurutan dari peringkat empat sampai peringkat tujuh adalah terapis memberikan arahan atas keluhan pasien -0,415, tanggapan terapis terhadap keluhan pasien -0,400, kejelasan terapis dalam penyampaian masukan dan saran bagi pasien -0,385, dan pemberian pelayanan oleh terapis -0,262.

Peringkat pertama atribut pernyataan pada dimensi ini merupakan nilai selisih atribut terbesar dari semua ke lima dimensi. Itu berarti atribut pemahaman terapis mengenai keluhan pasien perlu diperhatikan lebih pada perusahaan. Terapis perlu memahami persoalan keluhan/penyakit yang dialami oleh pasien dan bagaimana cara untuk mengatasi keluhannya tersebut. Terapis juga perlu

pengetahuan yang lebih tentang macam-macam cedera yang dialami oleh pasien sehingga nantinya terapis dapat menjelaskan kepada pasien tentang cedera/keluhan yang dialaminya.

4. Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Dimensi *assurance* merupakan pengetahuan dari karyawan atau perusahaan dalam menanamkan rasa percaya terhadap produk dan jasa dari perusahaan yang bersangkutan. Ada empat aspek yang bisa jadi parameter dalam dimensi ini, aspek-aspek tersebut adalah keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan. Suatu layanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan semakin puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang diberikan akan tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan perusahaan.

Berdasarkan perhitungan nilai gap pada tabel 5 dimensi ini semua bernilai negatif (-). Tidak adanya nilai positif menunjukkan bahwa pelanggan masih belum puas dengan atribut yang ada pada dimensi ini. Nilai selisih terbesar adalah atribut keamanan tempat parkir yang di sediakan HSC UNY dengan nilai -0,631. Nilai selisih terbesar kedua adalah harga yang diterapkan dengan nilai selisih -0,554. Sedangkan peringkat ketiga adalah kenyamanan setelah melakukan terapi dengan nilai selisih -0,523.

Selisih gap selanjutnya secara berurutan dari peringkat empat sampai peringkat tujuh adalah ketangkasan terapis dalam memberikan pelayanan -0,523, kenyamanan pasien saat dilakukan terapi -0,492, keamanan barang di tempat terapi

-0,369, dan atribut terakhir yaitu kesesuaian harga dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan -0,354.

Dengan memberikan rasa kemanan yang lebih baik di tempat parkir kendaraan ataupun di tempat terapi, maka pelanggan/pasien akan merasa sangat diperhatikan. Selain itu faktor harga dan kenyamanan setelah melakukan terapi perlu di perhatikan lebih oleh perusahaan karena dua atribut ini hanya berselisih sedikit.

5. Dimensi *Empathy* (Perhatian)

Dimensi *empathy* merupakan perhatian yang diberikan dari perusahaan terhadap personal pasien di mana setiap elemen perusahaan memberikan perhatian dan pelayanan baik dari segi informasi, pelayanan, dan memahami kebutuhan pasien. Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa semua atribut dalam dimensi ini tidak ada yang bernilai positif dalam perhitungannya. Nilai rata rata gap dimensinya adalah -0.480 dan menempati urutan ketiga dari semua dimensi yang ada.

Pada atribut HSC UNY melayani konsultasi kepada pasien menempati urutan pertama selisih paling tinggi dengan nilai gap sebesar -0,769. Urutan kedua yaitu atribut informasi klinik terapi HSC UNY bisa didapat dengan mudah dengan nilai gap -0,600. Dan atribut perhatian terapis terhadap pasien yang berkebutuhan khusus menempati urutan ke tiga pada dimensi ini dengan nilai gap -0,538.

Selisih nilai gap selanjutnya secara berurutan dari peringkat empat sampai dengan sembilan adalah komunikasi terapis terhadap pasien -0,523, pemberian arahan dan masukan oleh terapis -0,462, pemberian pelayanan secara individu bagi pasien -0,431, terapis memberikan kesungguhan dalam merespon permintaan

pasien -0,369, pemahaman terhadap kebutuhan pasien oleh terapis -0,354, dan atribut terakhir yaitu keramahan terapis dengan nilai -0,277.

Solusi yang dapat ditawarkan pada dimensi ini adalah perusahaan lebih terbuka lagi dalam menerima keluhan pasien dan memberikan sesi konsultasi kepada pasien tentang keluhan yang di deritanya. Kemudian solusi yang kedua yaitu perusahaan memberikan informasi yang *up to date* baik melalui sambungan telfon ataupun *website* yang tersedia.

6. Analisis Kualitas Pelayanan

Dalam analisis kepuasan pelanggan pada Klinik Terapi Fisik HSC UNY seperti yang disajikan pada tabel 8 dengan membagi nilai rata-rata gap persepsi masing-masing dimensi dengan gap rata-rata harapan setiap dimensi akan didapatkan skor akhir. Besterfield dalam jurnal Handoko (2011) menyatakan jika $(Q) > 1$, maka kesenjangan atas kualitas pelayanan bisa dikatakan baik. Tabel 8 menunjukkan bahwa keseluruhan dimensi tidak ada yang memiliki nilai sama dengan 1. Dengan nilai paling besar dimensi *reliability* dengan skor 0,898, dimensi *tangible* dengan skor 0,889, dimensi *emphaty* dan *responsiveness* memiliki nilai sama sebesar 0,868 sedangkan urutan terbawah dengan skor terendah ada dimensi *assurance* dengan nilai 0,863.

Meskipun nilai keseluruhan dimensi belum ada yang menunjukkan performa memuaskan dengan tidak adanya hasil skor > 1 , namun dapat dilihat bahwa dimensi *reliability* memiliki performa terbaik jika dibandingkan dengan semua dimensi yang lain. Dan dimensi *assurance* memiliki nilai paling rendah yang artinya dimensi ini memerlukan perhatian yang lebih dari perusahaan.

Perhitungan penilaian kualitas ini sesuai dengan perhitungan menggunakan metode *Servqual* dimana nilai dimensi *assurance* memiliki nilai gap rata rata tertinggi.

7. Important Performance Analysis

Diagram IPA dibagi dalam empat kuadran. Kuadran A menjadi prioritas utama dengan nilai kinerja yang negatif dan harapan yang bernilai tinggi, kuadran B menjadi prioritas kedua untuk dipertahankan dengan kinerja yang telah menunjukkan hasil positif dan pasien juga memiliki harapan positif. Pada kuadran C mempunyai tingkat prioritas rendah (kurang penting) dan pada kuadran D memiliki tingkat kepentingan yang tidak terlalu penting (prioritas sangat rendah).

Kuadran A menunjukkan bahwa faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan konsumen, sehingga mengecewakan atau tidak puas. Kuadran A tersebut harus menjadi prioritas utama manajemen agar gap tersebut dapat diperbaiki. Namun demikian dari tabel tersebut juga terdapat item yang menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankannya, dianggap sangat penting dan sangat memuaskan (kuadran B: prestasi yang harus dipertahankan).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, analisa data menggunakan metode servqual dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Perhitungan nilai rata-rata harapan dengan persepsi pasien masih kurang yaitu $3.16 < 3.60$. Akan tetapi perbedaannya tidak terlalu jauh sehingga tingkat kepuasan cukup tinggi.
2. Atribut yang menjadi prioritas utama dalam meningkatkan kualitas pelayanannya adalah atribut yang masuk kedalam kuadran A pada diagram kartesius berdasarkan pendekatan dengan metode IPA yaitu: pemahaman terapis mengenai keluhan pasien dengan nilai gap -0,815, HSC UNY melayani konsultasi kepada pasien dengan nilai gap -0,769, perhatian terapis terhadap pasien yang berkebutuhan khusus dengan nilai gap -0,538, pemberian arahan dan masukan oleh terapis dengan nilai gap -0,462, kenyamanan pasien saat dilakukan terapi dengan nilai gap -0,492, keamanan tempat parkir yang disediakan dengan nilai gap -0,631, harga yang ditetapkan dengan nilai gap -0,554, dan kelengkapan peralatan terapi dengan nilai gap -0,554.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas dapat dikemukakan implikasi hasil penelitian sebagai berikut:

1. Dengan diketahui tingkat kepuasan pasien yang menggunakan jasa dan layanan Klinik Terapi Fisik HSC UNY dapat digunakan untuk mengidentifikasi kelemahan-kelemahan serta meningkatkan faktor pelayanan.
2. Pembinaan karyawan Klinik Terapi Fisik HSC UNY dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan dan memperbaiki kualitas pada tingkat kepuasan pelanggan.
3. Menjadi referensi dan catatan bagi pengelola Klinik Terapi Fisik HSC UNY mengenai data kualitas layanan di Klinik Terapi Fisik HSC UNY.

C. Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini telah diusahakan sebaik-baiknya, namun tidak lepas dari keterbatasan dan kelemahan yang ada, diantaranya adalah:

1. Sulitnya mengetahui kesungguhan responden dalam mengisi angket.
Usaha yang dilakukan untuk memperkecil kesalahan yaitu dengan memberi gambaran tentang maksud dan tujuan penelitian ini.
2. Pengambilan data ini menggunakan angket tertutup, akan lebih baik lagi jika disertai dengan pengambilan data menggunakan angket terbuka atau wawancara.
3. Saat pengambilan data penelitian, yaitu saat penyebaran angket penelitian kepada responden, tidak dapat dipantau secara langsung dan cermat apakah jawaban yang diberikan oleh responden benar-benar sesuai dengan pendapatnya sendiri atau tidak.

D. Saran

Ada beberapa saran yang perlu disampaikan berdasarkan dengan hasil penelitian ini, antara lain:

1. Bagi pengelola Klinik Terapi Fisik HSC UNY untuk lebih meningkatkan pelayanannya untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan kepuasan pasien serta memperhatikan factor yang mempengaruhi kualitas layanan yang berhubungan dengan kepuasan pasien.
2. Perlunya dilakukan penelitian kepuasan pelanggan secara berkala dan terus menerus sehingga dapat diketahui variabel kualitas layanan apa yang dipentingkan oleh pelanggan dari waktu ke waktu karena keinginan dan persepsi dari pelanggan semakin berkembang seiring dengan perkembangan waktu.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian ini dengan variabel bebas lain, sehingga dapat teridentifikasi lebih banyak lagi variabel yang mempengaruhi kepuasan pasien di Klinik Terapi Fisik HSC UNY.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Satia Graha dan Bambang Priyonoadi. (2009). *Terapi Masase Frirage. Penatalaksanaan cedera pada anggota tubuh bagian atas*. Yogyakarta: FIK UNY.
- Ali Maksum. (2012). *Metodologi penelitian dalam olahraga*. Surabaya: Unesa University Press.
- Ahmad Khusaini. (2016). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Spa Club Arena Yogyakarta*. Skripsi: FIK UNY.
- Bilson Simamora. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Basu Swasta Dharmesta & T. Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran. Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: PFE.
- Cerika R. dan Yustinus Sukarmin.(2006). *Usaha-usaha Pencegahan Cedera Olahraga pada Pemain Bola basket*. Jurnal Ilmiah Kesehatan Olahraga MEDIKORA. Yogyakarta: FIK UNY.
- Devi Tirtawirya. (2008). *Cedera pada Olahraga Taekwondo*. Majalah Ilmiah Olahraga. Yogyakarta:FIK UNY.
- Danang Supratmanto. (2013). *Persepsi Pasien Terhadap Layanan Terapi Masase di Physical Therapy Clinic Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta*. Skripsi : FIK UNY.
- Endar Sugiarto. (2002). *Psikologi dalam Layanan Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Engel JF,et al. (1994). *Perilaku Konsumen*. Edisi 6,jilid I. Terjemahan, FX Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fandy Tjiptono. (2002). *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua, Cetakan Ketiga. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- _____. (1997). *Manajemen Jasa*. Edisi Ke Dua. Yoyakarta: Penerbit Andi Offset.
- _____. (2002). *Manajemen jasa*. Ed. 2. Cet. 3. Yoyakarta: Andi Offset.
- _____. (2003). *Total Quality Management*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- _____. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

_____ . (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Herni J. Astuti. *Analisis Kepuasan Konsumen: (Servqual Model and Important Performance Analysis Model)*.

Imawati. (2008). Servqual: Metode survey dalam mengukur kualitas jasa, *Jurnal Manajemen UNTAR*, 2, 204-212.

Kotler dan Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Damos Sihombing dan Wisnu Chandra K. Terjemahan). Jakarta: Erlangga.

Kotler Philip. (1998). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jilid Dua. (Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusli. Terjemahan). Jakarta: Prenhallindo. Buku asli diterbitkan tahun 1997.

Kotler Philip. (2006). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prenhalindo.

Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi ke Dua*. Jakarta: Salemba Empat.

M. Nur Nasution. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Neni Wijayanti. (2010). *Minat Pengguna Masase pada Pengobatan Tradisional di SP3T Dinas Kesehatan Daerah Istimewa Yogyakarta*. Skripsi: FIK UNY.

Rambat L A. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Semiaji Santoso. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Kelas III pada RS. Roemani Muhammadiyah Semarang*. Skripsi : Universitas Diponegoro Semarang.

Samuelson Paul A. (2002). *Makro Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

Stemvelt Robert C. (2004). *Reception Of Servis Quality*. (di terjemahkan oleh Purwoko). Allyn and bacon. Massachusetts.

Suharsimi Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.


_____ . (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Sutrisno Hadi. (1991). *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai*. Yogyakarta: FP UGM.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sityardi, M.I. (2008). *Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelari Dengan Pendekatan Metode SERVQUAL Dan Importance Performance Analysis (Studi Kasus Pada Mesarace Organizer)*. Skripsi: Universitas Islam Indonesia.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Taylor, P.M dan taylor, D.K. (1997). *Mencegah dan Mengatasi Cedera*. (Jamal Khalib, Terjemahan). Jakarta: RT. Grafindo Persada. Buku asli diterbitkan tahun 1997.
- Walgito, B. (2002). *Pengantar Psikologi Umum*. Edisi 3. Yogyakarta: Adi Offside.
- Wisnu Nur P. (2016). *Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Layanan Fitness Center Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta*. Skripsi: FIK UNY.
- Yong C.Z, Yun y.w Loh L. (2003). *The Quest Of Global Quality*. (diterjemahkan oleh Sutanto). Jakarta: Pustaka Delapratasa.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. New York: The Free Pass.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1990). *Delivering Quality Service : Balancing Customers Perceptions and Expectations*. New York: The Free Pass.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian

SURAT IZIN PENELITIAN <https://admin.eservice.uny.ac.id/surat-izin/cetak-penelitian>



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN

Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas_fik@uny.ac.id

Nomor : 420/UN34.16/PT.01.04/2020 20 Oktober 2020
Lamp. : 1 Bendel Proposal
Hal : **Izin Penelitian**

Yth. Yth.
Manager Health and Sport Center (HSC) UNY
dr. Prijo Sudibjo., M. Kes., Sp. S

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama	: Dicky Adi Irawan
NIM	: 16603144007
Program Studi	: Ilmu Keolahragaan - S1
Tujuan	: Memohon izin mencari data untuk penulisan Tugas Akhir Skripsi (TAS)
Judul Tugas Akhir	: KUALITAS LAYANAN KLINIK TERAPI FISIK HSC UNY: SURVEI TERHADAP KEPUASAN PASIEN
Waktu Penelitian	: 21 Oktober - 3 November 2020

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.
Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.



Wahid Dekan Bidang Akademik,
Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes.
NIP 19820815 200501 1 002

Tembusan :
1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

1 of 1 20/10/2020, 15:38

Lampiran 2. Surat Permohonan Validasi Angket

Hal : Permohonan Validasi Instrumen TA

Lampiran : 1 Bendel

Kepada Yth,

Bapak Dr. Ahmad Nasrulloh, M. Or.

Dosen Ilmu Keloahragaan

di Fakultas Ilmu Keolahragaan

Sehubungan dengan pelaksanaan Tugas Akhir (TA) srkipsi, dengan ini saya:

Nama : Dicky Adi Irawan

NIM : 16603144007

Program Studi : Ilmu Keolahragaan

Judul TA : **“Kualitas Layanan Klinik Terapi Fisik HSC UNY: Survei Terhadap Kepuasan Pasien”**

Dengan hormat mohon Bapak berkenan memberikan validasi terhadap instrumen penelitian TA yang telah saya susun. Sebagai bahan pertimbangan, bersama ini saya lampirkan: (1) proposal TA, (2) kisi-kisi instrumen penelitian TA, dan (3) draf instrumen penelitian TA.

Demikian permohonan saya, atas bantuan dan perhatian Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 7 Oktober 2020

Pemohon,



Dicky Adi Irawan

NIM 16603144007

Mengetahui,

Kaprodi Ilmu Keolahragaan,



Dr. Sigit Nugroho, M. Or

NIP 19800924 200604 1 001

Dosen Pembimbing TA,



Prof. Dr. Wawan S. Suherman, M.Ed.

NIP 19640707 198812 1 001

Hal : Permohonan Validasi Instrumen TA

Lampiran : 1 Bendel

Kepada Yth,

Bapak Dr. Yudik Prasetyo, M. Kes., AIFO

Dosen Ilmu Keloahragaan

di Fakultas Ilmu Keolahragaan

Sehubungan dengan pelaksanaan Tugas Akhir (TA) srkipsi, dengan ini saya:

Nama : Dicky Adi Irawan

NIM : 16603144007

Program Studi : Ilmu Keolahragaan

Judul TA : **“Kualitas Layanan Klinik Terapi Fisik HSC UNY: Survei Terhadap Kepuasan Pasien”**

Dengan hormat mohon Bapak berkenan memberikan validasi terhadap instrumen penelitian TA yang telah saya susun. Sebagai bahan pertimbangan, bersama ini saya lampirkan: (1) proposal TA, (2) kisi-kisi instrumen penelitian TA, dan (3) draf instrumen penelitian TA.

Demikian permohonan saya, atas bantuan dan perhatian Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 7 Oktober 2020

Pemohon,



Dicky Adi Irawan

NIM 16603144007

Mengetahui,

Kaprodi Ilmu Keolahragaan,



Dr. Sigit Nugroho, M. Or

NIP 19800924 200604 1 001

Dosen Pembimbing TA,



Prof. Dr. Wawan S. Suherman, M.Ed.

NIP 19640707 198812 1 001

Lampiran 3. Surat Hasil Validasi Angket

**SURAT PERNYATAAN VALIDASI
INSTRUMEN PENELITIAN TUGAS AKHIR**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Nasrulloh, M. Or.
NIP : 19830626 200812 1 002
Jurusan : Ilmu Keolahragaan

Menyatakan bahwa instrumen penelitian TA atas nama mahasiswa:

Nama : Dicky Adi Irawan
NIM : 16603144007
Program Studi : Ilmu Keolahragaan
Judul TA : **“Kualitas Layanan Klinik Terapi Fisik HSC UNY: Survei Terhadap Kepuasan Pasien”**

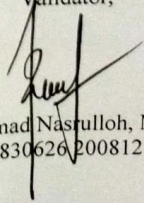
Setelah dilakukan kajian atas instrumen penelitian TA tersebut dapat dinyatakan:

Layak digunakan untuk penelitian
 Layak digunakan dengan perbaikan
 Tidak layak digunakan untuk penelitian yang bersangkutan dengan catatan dan saran/perbaikan sebagaimana terlampir.

Demikian agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Catatan:

Beri tanda ✓

Yogyakarta, 7 Oktober 2020
Validator,

Dr. Ahmad Nasrulloh, M. Or.
NIP. 19830626 200812 1 002

Hasil Validasi Instrumen Penelitian TA

Nama : Dicky Adi Irawan
NIM : 16603144007
Program Studi : Ilmu Keolahragaan
Judul TA : "Kualitas Layanan Klinik Terapi Fisik HSC UNY: Survei Terhadap Kepuasan Pasien"

No.	Variabel	Saran/Tanggapan
	Komentar umum dan lain-lain: - Instrumen dapat digunakan untuk penelitian, - Sebaiknya lakukan uji coba terlebih dahulu untuk dapat mengetahui validitas dan reliabilitasnya.	

Yogyakarta, 7 Oktober 2020
Validator,

Dr. Ahmad Nasrulloh, M. Or.
NIP. 198306202008121002

**SURAT PERNYATAAN VALIDASI
INSTRUMEN PENELITIAN TUGAS AKHIR**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Yudik Prasetyo, M. Kes., AIFO
NIP : 19820815 200501 1 002
Jurusan : Ilmu Keolahragaan

Menyatakan bahwa instrumen penelitian TA atas nama mahasiswa:

Nama : Dicky Adi Irawan
NIM : 16603144007
Program Studi : Ilmu Keolahragaan
Judul TA : **“Kualitas Layanan Klinik Terapi Fisik HSC UNY:
Survei Terhadap Kepuasan Pasien”**

Setelah dilakukan kajian atas instrumen penelitian TA tersebut dapat dinyatakan:

- Layak digunakan untuk penelitian
- Layak digunakan dengan perbaikan
- Tidak layak digunakan untuk penelitian yang bersangkutan dengan catatan dan saran/perbaikan sebagaimana terlampir.

Demikian agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Catatan:

- Beri tanda ✓

Yogyakarta, 7 Oktober 2020
Validator,



Dr. Yudik Prasetyo, M. Kes., AIFO
NIP. 19820815 200501 1 002

Hasil Validasi Instrumen Penelitian TA

Nama : Dicky Adi Irawan

NIM : 16603144007

Program Studi : Ilmu Keolahragaan

Judul TA : **“Kualitas Layanan Klinik Terapi Fisik HSC UNY:
Survei Terhadap Kepuasan Pasien”**

No.	Variabel	Saran/Tanggapan
	Komentar umum dan lain-lain: kuesioner sudah valid	

Yogyakarta, 7 Oktober 2020
Validator,



Dr. Yudik Prasetyo, M. Kes., AIFO

NIP. 19820815 200501 1 002

Lampiran 4. Angket Penelitian

KUESIONER

KUALITAS LAYANAN KLINIK TERAPI FISIK HSC FIK UNY: SURVEI TERHADAP KEPUASAN PASIEN

Dalam rangka menyusun Skripsi guna melengkapi sebagian persyaratan mencapai Sarjana, penulis bermaksud mengadakan penelitian tentang “Kualitas Layanan Klinik Terapi Fisik HSC FIK UNY: Survei Terhadap Pasien”.

Dengan kerendahan hati, mohon kesediaan pasien klinik terapi HSC UNY untuk menjadi responden dalam penelitian ini dan menjawab pernyataan yang akan diajukan oleh peneliti sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Jawaban Anda dibutuhkan sebagai data penelitian dan semata-mata digunakan untuk kepentingan ilmu pengetahuan dan tidak ada maksud lain. Identitas dan jawaban yang telah anda berikan akan kami jaga kerahasiaannya.

Demikian atas kesediaan, kerjasama, bantuan, dan waktu yang telah diberikan, peneliti mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, Oktober 2020

Peneliti

Dicky Adi Irawan

A. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Keluhan :

B. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap butir pernyataan dengan saksama.
2. Berilah tanda *check list* (\checkmark) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan tanggapan Bapak Ibu/Saudara pada kolom pernyataan.

3. Keterangan:

SP : Sangat puas

P : Puas

TP : Tidak puas

STP : Sangat tidak puas

Contoh:

No	Harapan				Pernyataan	Kenyataan			
	SP	P	TP	STP		SP	P	TP	STP
					Dimensi <i>Tangible</i> (Bukti fisik)				
1	SP \checkmark	P	TP	STP	Kenyamanan pasien di Ruang tunggu	SP	P \checkmark	TP	STP

C. Pernyataan Angket

No	Harapan				Pernyataan	Kenyataan			
	SP	P	TP	STP		SP	P	TP	STP
					Dimensi <i>Tangible</i> (Bukti fisik)				
1	SP	P	TP	STP	Kenyamanan pasien di Ruang tunggu	SP	P	TP	STP
2	SP	P	TP	STP	Kenyamanan pasien di Ruang terapi	SP	P	TP	STP
3	SP	P	TP	STP	Penataan Ruang tunggu pasien	SP	P	TP	STP
4	SP	P	TP	STP	Kondisi toilet/ WC yang tersedia	SP	P	TP	STP
5	SP	P	TP	STP	Akses lokasi menuju HSC UNY	SP	P	TP	STP
6	SP	P	TP	STP	Tempat parkir yang tersedia di HSC UNY	SP	P	TP	STP
7	SP	P	TP	STP	Fasilitas hiburan yang di sediakan bagi pasien	SP	P	TP	STP
8	SP	P	TP	STP	Kelengkapan peralatan terapi	SP	P	TP	STP
9	SP	P	TP	STP	Kelancaran air kamar mandi di HSC UNY	SP	P	TP	STP
10	SP	P	TP	STP	Kerapian ruangan terapi yang digunakan.	SP	P	TP	STP
11	SP	P	TP	STP	Kebersihan ruangan terapi	SP	P	TP	STP
12	SP	P	TP	STP	Kebersihan peralatan terapi di HSC UNY	SP	P	TP	STP
					Dimensi <i>Reliability</i> (Kehandalan)				
13	SP	P	TP	STP	Waktu pelayanan HSC UNY	SP	P	TP	STP
14	SP	P	TP	STP	Waktu buka dan tutup HSC UNY	SP	P	TP	STP

15	SP	P	TP	STP	Profesionalitas terapis saat melayani pasien di ruang terapi	SP	P	TP	STP
----	----	---	----	-----	--	----	---	----	-----

No	Harapan				Pernyataan	Kenyataan			
16	SP	P	TP	STP	Terapis berada di ruangan pemijatan selama proses pemijatan berlangsung	SP	P	TP	STP
17	SP	P	TP	STP	Treatment terapi sesuai dengan yang di butuhkan pasien	SP	P	TP	STP
18	SP	P	TP	STP	Evaluasi yang di berikan kepada pasien setelah terapi	SP	P	TP	STP
19	SP	P	TP	STP	Sebelum melakukan pemijatan terapis menjelaskan tentang treatment yang akan diberikan	SP	P	TP	STP
					Dimensi Responsiveness (Daya tanggap)				
20	SP	P	TP	STP	Penampilan terapis terhadap pasien	SP	P	TP	STP
21	SP	P	TP	STP	Tanggapan terapis terhadap keluhan pasien	SP	P	TP	STP
22	SP	P	TP	STP	Terapis memberikan arahan atas keluhan pasien	SP	P	TP	STP
23	SP	P	TP	STP	Kejelasan terapis dalam penyampaian masukan dan saran bagi pasien	SP	P	TP	STP
24	SP	P	TP	STP	Pemahaman terapis mengenai keluhan pasien	SP	P	TP	STP
25	SP	P	TP	STP	Pemberian pelayanan oleh terapis	SP	P	TP	STP
26	SP	P	TP	STP	Kemudahan dalam pendaftaran pasien	SP	P	TP	STP
					Dimensi Assurance (Jaminan)				

27	SP	P	TP	STP	Keamanan tempat parkir yang di sediakan HSC UNY	SP	P	TP	STP
28	SP	P	TP	STP	Keamanan barang di tempat terapi	SP	P	TP	STP
29	SP	P	TP	STP	Harga yang diterapkan	SP	P	TP	STP
30	SP	P	TP	STP	Kesesuaian harga dengan pelayanan dan fasiliitas yang diberikan	SP	P	TP	STP
31	SP	P	TP	STP	Kenyamanan pasien saat dilakukan terapi	SP	P	TP	STP
32	SP	P	TP	STP	Kenyamanan setelah melakukan terapi	SP	P	TP	STP
33	SP	P	TP	STP	Ketangkasan terapis dalam memberikan pelayanan	SP	P	TP	STP
					Dimensi <i>Emphaty</i> (Perhatian)				
No	Harapan				Pernyataan	Kenyataan			
34	SP	P	TP	STP	Informasi klinik terapi HSC UNY bisa didapat dengan mudah	SP	P	TP	STP
35	SP	P	TP	STP	Pemberian pelayanan secara individu bagi pasien	SP	P	TP	STP
36	SP	P	TP	STP	HSC UNY melayani konsultasi kepada pasien	SP	P	TP	STP
37	SP	P	TP	STP	Perhatian terapis terhadap pasien yang berkebutuhan khusus	SP	P	TP	STP
38	SP	P	TP	STP	Pemahaman terhadap kebutuhan pasien oleh terapis	SP	P	TP	STP
39	SP	P	TP	STP	Pemberian arahan dan masukan oleh terapis	SP	P	TP	STP

40	SP	P	TP	STP	Komunikasi terapis terhadap pasien	SP	P	TP	STP
41	SP	P	TP	STP	Terapis memberikan kesungguhan dalam merespon permintaan pasien	SP	P	TP	STP
42	SP	P	TP	STP	Keramah tamahan terapis	SP	P	TP	STP

Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliabilitas Persepsi Pasien

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	65	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	65	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.950	42

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
X01	129.6923	182.873	.289	.950	Valid
X02	129.6154	178.772	.541	.949	Valid
X03	129.6462	181.638	.302	.950	Valid
X04	129.5231	181.191	.362	.950	Valid
X05	129.8462	176.695	.524	.949	Valid
X06	129.7231	177.985	.508	.949	Valid
X07	129.9846	178.672	.461	.949	Valid
X08	129.7385	176.884	.618	.948	Valid
X09	129.6000	177.462	.564	.949	Valid
X10	129.4615	179.002	.481	.949	Valid
X11	129.4462	179.532	.444	.949	Valid
X12	129.5385	176.190	.628	.948	Valid

X13	129.8615	178.277	.504	.949	Valid
X14	129.9538	179.576	.402	.950	Valid
X15	129.7231	175.360	.677	.948	Valid
X16	129.7538	178.407	.592	.948	Valid
X17	129.8308	176.674	.584	.948	Valid
X18	129.8308	174.393	.604	.948	Valid
X19	129.9538	178.138	.492	.949	Valid
X20	129.6462	180.107	.491	.949	Valid
X21	129.5846	177.340	.518	.949	Valid
X22	129.6769	177.160	.592	.948	Valid
X23	129.6615	178.040	.525	.949	Valid
X24	129.8615	177.996	.523	.949	Valid
X25	129.6923	177.935	.579	.948	Valid
X26	129.7231	176.110	.696	.948	Valid
X27	129.8615	181.777	.264	.951	Valid
X28	129.7692	178.962	.608	.948	Valid
X29	129.7846	180.359	.435	.949	Valid
X30	129.7846	179.265	.518	.949	Valid
X31	129.7692	176.087	.632	.948	Valid
X32	129.8308	176.080	.686	.948	Valid
X33	129.7231	176.016	.635	.948	Valid
X34	130.0615	175.902	.674	.948	Valid
X35	129.7692	176.743	.619	.948	Valid
X36	129.8308	179.080	.581	.949	Valid
X37	129.7385	175.259	.636	.948	Valid
X38	129.6462	176.826	.598	.948	Valid
X39	129.7385	175.727	.737	.948	Valid
X40	129.5692	178.593	.569	.949	Valid
X41	129.6615	178.290	.536	.949	Valid
X42	129.4769	176.347	.667	.948	Valid

Lampiran 6. Uji Validitas dan Reliabilitas Harapan Pasien

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	65	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	65	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.962	42

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
X01	147.6308	144.080	.740	.960	Valid
X02	147.6769	145.253	.595	.961	Valid
X03	147.8154	145.122	.561	.961	Valid
X04	147.6769	145.253	.595	.961	Valid
X05	147.8154	145.122	.561	.961	Valid
X06	147.5231	144.347	.877	.960	Valid
X07	147.8923	147.004	.400	.962	Valid
X08	147.6615	146.696	.472	.961	Valid
X09	147.7692	144.837	.594	.961	Valid
X10	147.7231	145.547	.547	.961	Valid
X11	147.7692	144.837	.594	.961	Valid
X12	147.7231	145.547	.547	.961	Valid
X13	148.0000	145.875	.513	.961	Valid

X14	148.1077	145.504	.603	.961	Valid
X15	147.9538	144.732	.600	.961	Valid
X16	147.8462	145.070	.562	.961	Valid
X17	147.8462	145.070	.562	.961	Valid
X18	148.0615	146.746	.460	.961	Valid
X19	148.0000	145.875	.513	.961	Valid
X20	147.6462	146.576	.491	.961	Valid
X21	147.6615	144.040	.717	.960	Valid
X22	147.7385	146.165	.488	.961	Valid
X23	147.7538	143.626	.704	.960	Valid
X24	147.5231	144.347	.877	.960	Valid
X25	147.9077	144.460	.615	.961	Valid
X26	147.5385	144.471	.829	.960	Valid
X27	147.7077	145.429	.564	.961	Valid
X28	147.8769	145.797	.501	.961	Valid
X29	147.7077	145.429	.564	.961	Valid
X30	147.9077	144.460	.615	.961	Valid
X31	147.7538	146.282	.474	.961	Valid
X32	147.7846	146.234	.471	.961	Valid
X33	147.6769	145.253	.595	.961	Valid
X34	147.9385	144.621	.606	.961	Valid
X35	147.8154	144.903	.579	.961	Valid
X36	147.5385	144.471	.829	.960	Valid
X37	147.6769	145.253	.595	.961	Valid
X38	147.7692	143.743	.689	.960	Valid
X39	147.7538	143.626	.704	.960	Valid
X40	147.5231	144.347	.877	.960	Valid
X41	147.7692	144.837	.594	.961	Valid
X42	147.6769	144.160	.695	.960	Valid

Lampiran 7. Data Penelitian Persepsi Pasien

Respon den	DIMENSI					Skor Total
	Tangi ble	Reliabi lity	Responsive ness	Assura nce	Empha ty	
1	45	23	23	22	32	145
2	25	14	14	14	18	85
3	34	21	21	21	27	124
4	39	21	21	23	27	131
5	41	26	21	21	27	136
6	43	21	23	21	30	138
7	36	21	26	22	28	133
8	34	19	20	23	24	120
9	34	19	20	23	24	120
10	36	21	21	21	27	126
11	36	21	21	21	27	126
12	37	26	23	24	31	141
13	36	22	23	23	28	132
14	39	19	22	19	31	130
15	35	19	21	21	26	122
16	32	15	15	16	19	97
17	40	22	25	22	26	135
18	35	21	21	21	29	127
19	48	28	28	28	36	168
20	36	21	23	21	27	128
21	39	21	22	21	28	131
22	38	24	22	23	32	139
23	47	28	25	25	36	161
24	43	26	28	28	36	161
25	35	21	21	21	27	125
26	35	19	22	20	28	124
27	41	26	27	24	33	151
28	30	18	20	17	22	107
29	46	20	24	21	27	138
30	45	27	28	27	35	162
31	41	25	24	21	31	142
32	34	20	21	21	27	123
33	35	21	21	21	27	125
34	37	20	21	18	25	121
35	35	19	21	21	26	122
36	40	23	22	20	29	134

37	35	20	21	21	26	123
38	41	26	21	21	27	136
39	39	27	26	25	31	148
40	43	21	21	21	29	135
41	39	18	22	19	29	127
42	36	20	24	21	30	131
43	38	21	21	20	26	126
44	46	27	28	28	33	162
45	38	21	21	20	26	126
46	40	23	26	24	33	146
47	39	25	23	23	30	140
48	39	19	21	22	26	127
49	39	20	22	19	28	128
50	41	21	24	19	26	131
51	40	19	20	24	29	132
52	42	23	20	21	31	137
53	40	22	24	22	32	140
54	41	17	24	23	31	136
55	43	19	19	23	31	135
56	41	18	23	21	31	134
57	45	18	22	22	29	136
58	38	24	24	23	30	139
59	42	24	24	24	32	146
60	39	21	21	21	26	128
61	41	23	17	19	24	124
62	40	18	24	23	29	134
63	38	17	25	22	28	130
64	42	20	23	22	28	135
65	41	17	24	23	31	136

Lampiran 8. Lampiran Data Penelitian Harapan Pasien

Respon den	DIMENSI					Skor Total
	Tangi ble	Reliabi lity	Responsive ness	Assura nce	Empha ty	
1	46	27	26	25	36	160
2	43	25	27	26	33	154
3	44	21	28	26	35	154
4	36	21	21	21	27	126
5	46	27	26	25	36	160
6	48	21	25	25	31	150
7	43	25	27	26	33	154
8	48	28	28	28	36	168
9	42	25	25	25	32	149
10	44	21	28	26	35	154
11	46	27	26	25	36	160
12	36	21	21	21	27	126
13	44	21	28	26	35	154
14	48	28	28	28	36	168
15	48	21	25	25	31	150
16	43	25	27	26	33	154
17	44	21	28	26	35	154
18	36	21	21	21	27	126
19	48	28	28	28	36	168
20	48	21	25	25	31	150
21	44	21	28	26	35	154
22	46	27	26	25	36	160
23	48	21	25	25	31	150
24	44	21	28	26	35	154
25	43	25	27	26	33	154
26	36	21	21	21	27	126
27	48	28	28	28	36	168
28	48	21	25	25	31	150
29	44	21	28	26	35	154
30	46	27	26	25	36	160
31	36	21	21	21	27	126
32	42	25	25	25	32	149
33	48	28	28	28	36	168
34	42	25	25	25	32	149
35	48	21	25	25	31	150
36	43	25	27	26	33	154

37	42	25	25	25	32	149
38	44	21	28	26	35	154
39	48	28	28	28	36	168
40	36	21	21	21	27	126
41	48	21	25	25	31	150
42	42	26	27	27	33	155
43	43	25	27	26	33	154
44	36	21	21	21	27	126
45	48	28	28	28	36	168
46	36	21	21	21	27	126
47	42	25	25	25	32	149
48	46	27	26	25	36	160
49	48	21	25	25	31	150
50	44	21	28	26	35	154
51	43	25	27	26	33	154
52	48	28	28	28	36	168
53	42	25	25	25	32	149
54	44	21	28	26	35	154
55	43	25	27	26	33	154
56	46	27	26	25	36	160
57	48	21	25	25	31	150
58	36	21	21	21	27	126
59	44	21	28	26	35	154
60	43	25	27	26	33	154
61	48	28	28	28	36	168
62	36	21	21	21	27	126
63	43	25	27	26	33	154
64	44	21	28	26	35	154
65	46	27	26	25	36	160