

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Pasien

a. Definisi

Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai” (Tjiptono, 2011). Kepuasan asal katanya adalah puas yang berarti merasa senang, lega, kenyang, dan sebagainya karena sudah merasai secukup-cukupnya atau sudah terpenuhi hasrat hatinya (Suharno dan Retnoningsih, 2012). Kepuasan adalah konsep psikologis yang didefinisikan dengan cara yang berbeda (Singh et al., 2013). Kadang-kadang kepuasan dianggap sebagai penilaian individu tentang setiap objek atau kejadian setelah mengumpulkan beberapa pengalaman dari waktu ke waktu. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan

produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler, dan Keller, 2009).

Indikator utama yang dijadikan standar fasilitas kesehatan yang menjadi barometer adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan mempengaruhi kunjungan ulang pasien yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap besarnya keuntungan fasilitas kesehatan yang bersangkutan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh sikap karyawan terhadap pelanggan, dimana pelanggan menuntut peningkatan mutu pelayanan yang diberikan (Atmojo, 2012). Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila kinerja di bawah harapan maka pelanggan akan kecewa (Sugito, 2011).

Berdasarkan dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pasien merupakan suatu perasaan senang atau kecewa dari seorang pasien atas pelayanan yang diberikan oleh tempat pengobatan yang

didatangi. Kepuasan pasien dapat mempengaruhi mutu dari sebuah rumah sakit atau tempat pengobatan

b. Faktor yang mempengaruhi kepuasan

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen atau pasien di instalasi farmasi yaitu (Scott, 2011):

1) Kualitas produk farmasi

Kualitas produk farmasi merupakan kemampuan obat dalam menyembuhkan suatu penyakit tertentu.

Faktor yang mempengaruhi kualitas produk farmasi adalah kualitas nyata dari produk farmasi dan komunikasi karyawan farmasi dengan masyarakat.

2) Kualitas pelayanan terhadap pasien

Kepuasan pasien terhadap pelayanan farmasi akan terwujud bila harapan pasien terpenuhi diantaranya adalah pelayanan yang baik, keramahan dan kesesuaian harapan pasien.

3) Komponen emosional

Termasuk dalam komponen emosional adalah angan-angan, sugesti, dan gambaran yang indah.

Mencontoh idola dan rasa bangga juga merupakan komponen emosional. Komponen emosional sendiri merupakan pengaruh atau pertimbangan yang bersifat emosional seseorang terhadap sesuatu hal.

4) Harga

Konsumen lebih mengutamakan produk farmasi yang lebih murah dengan kualitas yang sama. Harga suatu produk merupakan suatu hal yang penting bagi konsumen karena dapat menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk.

5) Faktor biaya untuk memperoleh produk farmasi

Tidak adanya biaya tambahan serta efektifnya waktu pelayanan turut mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk farmasi.

6) Faktor sistem

Konsumen mengharapkan adanya kemudahan dalam mendapatkan pelayanan, termasuk juga tersedianya efisiensi pelayanan, kemampuan dalam mendapatkan janji tepat waktu serta memenuhi

standar pelayanan rumah sakit seperti keyamanan dan ketenangan ruang tunggu, fasilitas seperti air minum, kursi dan sebagainya (Scott, 2011)

7) Faktor kelembutan/hubungan antar manusia

Sifat dan sikap empati yang ditunjukkan petugas atau karyawan instalasi farmasi rumah sakit memberikan kepuasan tersendiri kepada pasien atau konsumen.

8) Faktor kenyamanan dan keistimewaan

Pasien beserta keluarga akan memberikan apresiasi bila mendapatkan kenyamanan dan keistimewaan dari rumah sakit (Manurung, 2010).

Banyak variabel non medik ikut menentukan kepuasan pasien antara lain: tingkat pendidikan, latar belakang sosial ekonomi, budaya, lingkungan fisik, pekerjaan, kepribadian dan pengalaman hidup pasien. Karakteristik pasien yang mempengaruhi kepuasannya adalah umur, pendidikan, pekerjaan, etnis, sosial ekonomi dan diagnosis penyakit.(Suryawati, 2006)

c. Aspek-aspek Kepuasan Pasien

Kepuasan pasien merupakan salah satu tolok ukur yang ditetapkan untuk mengukur keberhasilan layanan yang disediakan di fasilitas kesehatan (Singh et al., 2013). Dimensi kepuasan adalah sebagai berikut (Azwar, 2010):

- 1) Kemampuan dalam menerapkan standart kode etik profesi.

Kepuasan pasien dapat diukur berdasarkan kemampuan pemberi layanan kesehatan dalam memberikan pelayanan kesehatan sesuai dengan standar pelayanan dan kode etik yang telah ditetapkan. Kepuasan pasien dapat diukur berdasarkan hubungan petugas dan pasien (*relationship*), kebebasan melakukan pilihan (*choice*), kenyamanan pelayanan (*amenities*), efektifitas pelayanan (*effectivess*), pengetahuan dan kompetensi teknis (*scientific knowledge and technical skill*), dan keamanan tindakan (*safety*).

2) Kepuasan berdasarkan penerapan persyaratan pelayanan kesehatan

Kepuasan pasien dapat didasarkan pada terpenuhinya persyaratan dari suatu pelayanan kesehatan yang diberikan. Kepuasan pasien dapat diketahui berdasarkan penilaian ketersediaan pelayanan kesehatan (*available*), kesinambungan pelayanan kesehatan (*continue*), penerimaan pelayanan kesehatan (*acceptabel*), efisiensi pelayanan kesehatan (*efficient*), kewajaran pelayanan kesehatan (*appropriate*), keterjangkauan pelayanan kesehatan (*affordable*), ketercapaian pelayanan kesehatan (*accessible*) dan mutu pelayanan kesehatan (*quality*).

Pemenuhan persyaratan pelayanan kesehatan tidak semudah yang diperkirakan sehingga diperlukan prinsip kepuasan yang dikombinasi secara selektif dan efektif, artinya penerapan dimensi kepuasan dilakukan secara optimal pada

kelompok tertentu, sedangkan terhadap kelompok yang lain dilakukan secara selektif yaitu sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan.

d. Metode Pengukuran Kepuasan

Kepuasan dapat diukur dengan beberapa cara. Kepuasan konsumen dapat diukur dengan empat metode, yaitu menggunakan sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis*, dan survei langsung (Kotler, dan Keller, 2009).

- 1) Sistem keluhan dan saran, yaitu perusahaan menyediakan formulir yang berisi keluhan dan saran yang dapat diisi oleh setiap pelanggan yang datang. Pelanggan dapat memberikan setiap keluhan dan saran atas pelayanan yang diberikan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat mengetahui kekurangan-kekurangannya dalam memberikan pelayanan yang baik dan dapat segera memperbaikinya sehingga pelayanan dapat segera

diperbaiki dan dapat memberikan kepuasan yang diharapkan pasien.

- 2) *Ghost shopping*, yaitu pihak perusahaan berperan atau bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing, kemudian orang tersebut mengemukakan/menyampaikan temuannya kepada perusahaan mengenai kekuatan dan kelemahan pelayanan yang diberikan perusahaan dibanding dengan perusahaan pesaing.
- 3) *Lost customer analysis*, yaitu tindakan yang dilakukan pihak perusahaan untuk menghubungi pelanggannya yang telah lama menghilang atau berhenti menggunakan jasanya atau beralih ke perusahaan lain. Dengan demikian pihak perusahaan dapat mengetahui alasan pelanggan tersebut berhenti menggunakan jasanya atau beralih ke perusahaan lain. Informasi tersebut kemudian digunakan perusahaan untuk melakukan perbaikan pelayanan.

4) Survei langsung, yaitu perusahaan melakukan survei langsung kepada pelanggan untuk memperoleh tanggapan dan umpan balik mengenai pelayanan yang diberikan. Survei dapat dilakukan dengan memberikan kuesioner maupun dengan wawancara. Dengan demikian perusahaan dapat mengetahui secara langsung pendapat atau tingkat kepuasan pelanggan mengenai pelayanan yang diberikan.

e. Macam-Macam Kepuasan

Kepuasan dibagi menjadi dua yaitu kepuasan fungsional yang merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi sesuatu yang dimanfaatkan dan kepuasan psikologikal yang merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dari sesuatu seperti suasana rumah sakit yang hendaknya terasa nyaman dan menyenangkan bagi para pengunjung (Umar, 2011).

f. Indikator Kepuasan Konsumen

Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen. Indikator Kepuasan konsumen dapat dilihat dari (Suwardi, 2011):

- 1) *Re-purchase* : membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa.
- 2) Menciptakan *Word-of-Mouth* : Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain
- 3) Menciptakan Citra Merek : Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing
- 4) Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama : Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

2. Kualitas Pelayanan

a. Definisi

Menurut Stanton, layanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada

hakekatnya bersifat tak teraba (*intangible*), yang merupakan pemenuhan kebutuhan, dan tidak harus terikat penjualan produk atau jasa lain (Stanton, 2011). Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, sekelompok dan/atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan (Pasolong, 2012).

Kualitas pelayanan sebagai “tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2011). Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Hal tersebut dikarenakan, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi kepada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan. Konsep kualitas pelayanan bisa dimengerti berdasarkan “*consumer behaviour*” (perilaku

konsumen) dimana konsumen memainkan peran dalam memanfaatkan suatu produk yang sesuai dengan kebutuhannya (Rangkuti, 2012). Pemanfaatan yang dapat dilakukan oleh konsumen seperti mencari, mendapatkan, memanfaatkan dan melakukan evaluasi terhadap suatu produk pelayanan. Konsumen memegang peran penting dalam keberhasilan atau kegagalan dari pelayanan yang diberikan (Irfan, 2012). Konsumen akan menilai pelayanan yang diberikan berdasarkan persepsi mereka (Pasolong, 2012). Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai suatu tingkat pelayanan yang dijadikan sebagai tolak ukur untuk perusahaan yang dinilai dari kepuasan pelanggan.

b. Ciri-ciri kualitas jasa

Ciri-ciri kualitas jasa antara lain (Zeithaml, 2011):

- 1) Kesulitan membandingkan kualitas jasa dengan kualitas barang.

- 2) Harapan dan kenyataan yang diterima konsumen merupakan tolok ukur dalam menentukan kualitas jasa.
 - 3) Konsumen sendiri yang menentukan kriteria kualitas jasa pelayanan yang dinilai berdasarkan kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen.
- c. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah (Zeithaml, 2011):

- 1) *What of mouth communication*, yaitu apa yang didengar dari konsumen lain yang telah menikmati kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, merupakan faktor potensial mempengaruhi harapan konsumen.
- 2) *Personal need*, yaitu keinginan perorangan dapat mempengaruhi harapan konsumen.
- 3) *Past experience*, yaitu tingkat pengalaman masa lalu yang dialami oleh seseorang konsumen dapat mempengaruhi tingkat harapan konsumen tersebut.

d. Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diukur berdasarkan pada lima dimensi, yaitu *empathy*, *tangible*, *assurance*, *reliability*, dan *responsiveness* (Irfan, 2012). Elemen/dimensi kualitas jasa (pelayanan) terdiri atas keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik (Tjiptono, 2011).

1) Keandalan (*reliability*)

Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan penyedia jasa dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan yaitu cepat, tepat dan memuaskan (Tjiptono, 2011). Keandalan merupakan kesungguhan penyedia jasa layanan dalam memenuhi janjinya secara efektif, efisien dan akurat sehingga memuaskan konsumen. Keandalan diberikan oleh perusahaan sejak pertama kali memberikan pelayanan jasa (*right the first time*) (Irfan, 2012). Pengukuran indikator keandalan (*reliability*) antara lain (Mas'ud, 2014):

- a) Koreksi terhadap kesalahan dilakukan secara cepat oleh perusahaan.
 - b) Pelayanan secara konsisen terhadap pelanggan dilakukan oleh perusahaan.
 - c) Perusahaan berusaha memenuhi harapan pelanggan.
- 2) Daya tanggap (*responsiveness*)

Responsiveness adalah tingkat kemauan untuk membantu dan memfasilitasi pelanggan dengan menyediakan layanan yang cepat kepada pelanggan (Irfan, 2012). Daya tanggap (*responsiveness*) adalah usaha karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin yaitu memberikan tanggapan secara proporsional. Daya tanggap diartikan sebagai daya respon atau kemampuan karyawan secara cepat membantu dan memberikan pelayanan kepada pelanggan dalam melakukan transaksi (Tjiptono, 2011).

Ukuran indikator daya tanggap (*responsiveness*) antara lain (Mas'ud, 2014):

- a) Karyawan memberikan pelayanan dengan rapi dan teratur pada jam-jam sibuk secara bergantian.
 - b) Pelayanan dengan cepat diberikan oleh karyawan.
 - c) Kesiediaan karyawan untuk membantu pelanggan
 - d) Kesiapan karyawan untuk menanggapi permintaan pelanggan.
- 3) Jaminan (*assurance*)

Jaminan adalah tentang pengetahuan, keterampilan dan keahlian karyawan yang terlibat dalam memberikan layanan dan kemampuan untuk menciptakan kepercayaan dan keyakinan di antara pelanggan (Irfan, 2012). Jaminan (*assurance*) dalam memberikan pelayanan meliputi pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat

dapat dipercaya dari karyawan dan aman (Tjiptono, 2011). Pengukuran indikator jaminan (*assurance*) dilakukan melalui (Mas'ud, 2014):

- a) Kenyamanan dan kepercayaan diri pelanggan dalam berhubungan dengan karyawan diciptakan oleh perusahaan
 - b) Perasaan aman pelanggan ketika berhubungan dengan karyawan
 - c) Karyawan yang berpengalaman, kompeten dan terlatih
 - d) Pertanyaan pelanggan dapat dijawab dengan baik oleh karyawan
 - e) Karyawan didukung oleh perusahaan untuk berprestasi sehingga dapat bekerja dengan baik.
- 4) Empati (*empathy*)

Empati (*empathy*) diartikan sebagai mudahnya hubungan personal baik melalui komunikasi yang baik, perhatian secara pribadi dan mengerti apa yang dibutuhkan konsumen.

Semua pegawai perusahaan diharapkan mampu mengelola waktu dengan baik agar mudah dihubungi jika sewaktu-waktu dibutuhkan, baik melalui telepon genggam maupun pertemuan langsung (Tjiptono, 2011). Indikator pengukuran empati adalah sebagai berikut (Mas'ud, 2014):

- a) Keinginan dan kebutuhan pelanggan diperhatikan oleh karyawan perusahaan.
- b) Karwayan perusahaan bersikap simpatik kepada pelanggan dan memberikan jaminan bila terjadi kesalahan yang terkait dengan produk perusahaan.

5) Bukti fisik (*tangible*)

Bukti fisik diartikan sebagai fasilitas berupa fisik yang dimiliki oleh perusahaan berupa bangunan, peralatan, laboratorium maupun tenaga kerja yang dilibatkan dalam pemberian layanan kepada konsumen. Bukti fisik bisa diartikan sebagai penampilan fisik seperti gedung beserta

fasilitasnya, peralatan dan penampilan karyawan (Irfan, 2012). Indikator pengukuran bukti fisik (*tangible*) adalah sebagai berikut (Mas'ud, 2014):

- a) Peralatan yang dimiliki perusahaan lengkap.
- b) Gedung yang dimiliki perusahaan luas.
- c) Tenaga kerja yang profesional.

e. Unsur –Unsur Kualitas Pelayanan

Peningkatan kualitas pelayanan meliputi unsur-unsur (Tjiptono, 2011):

- 1) Pengguna jasa harus menjadi prioritas utama organisasi. Kelangsungan hidup organisasi tergantung pada pengguna jasa.
- 2) Pengguna jasa yang dapat diandalkan merupakan pengguna jasa yang paling penting. Pengguna jasa yang dapat diandalkan adalah pengguna jasa yang menggunakan jasa secara berulang-ulang dari pihak penyedia jasa yang sama, atau dapat dikatakan pengguna jasa yang loyal. Pengguna jasa yang puas dengan kualitas produk atau jasa yang

dibeli akan menjadi pengguna jasa yang dapat diandalkan, oleh karena itu kepuasan pelanggan jasa menjadi sangat penting.

- 3) Kepuasan pengguna jasa harus dijamin dengan menghasikan produk yang berkualitas tinggi. Kepuasan berimplikasi pada perbaikan terus-menerus sehingga kualitas harus diperharui setiap saat pengguna jasa tetap puas dan loyal.

Unsur-unsur lainnya antara lain adalah sebagai berikut (Shaleh, 2010):

- 1) Penampilan. Personal dan fisik sebagaimana layanan kantor depan (resepsionis) memerlukan persyaratan seperti berpenampilan menarik, badan harus tegap/tidak cacat, tutur bahasa menarik, familiar dalam berperilaku, penampilan penuh percaya diri.
- 2) Tepat Waktu dan Janji. Secara utuh dan prima petugas pelayanan dalam menyampaikan perlu diperhitungkan janji yang disampaikan kepada

pelanggan bukan sebaliknya selalu ingkar janji. Demikian juga waktu jika mengutarakan 2 hari selesai harus betul-betul dapat memenuhinya.

- 3) Kesiapan Melayani. Sebagaimana fungsi dan wewenang harus melayani kepada para pelanggan, konsekuensi logis petugas harus benar-benar bersedia melayani kepada para pelanggan.
- 4) Pengetahuan dan Keahlian. Sebagai syarat untuk melayani dengan baik, petugas harus mempunyai pengetahuan dan keahlian. Di sini petugas pelayanan harus memiliki tingkat pendidikan tertentu dan pelatihan tertentu yang diisyaratkan dalam jabatan serta memiliki pengalaman yang luas dibidangnya.
- 5) Kesopanan dan Ramah Tamah. Masyarakat pengguna jasa pelayanan itu sendiri dan lapisan masyarakat baik tingkat status ekonomi dan sosial rendah maupun tinggi terdapat perbedaan karakternya maka petugas pelayanan masyarakat

dituntut adanya keramahtamahan yang standar dalam melayani, sabar, tidak egois dan santun dalam bertutur kepada pelanggan.

- 6) Kejujuran dan Kepercayaan. Pelayanan ini oleh pengguna jasa dapat dipergunakan berbagai aspek, maka dalam penyelenggaraannya harus transparan dari aspek kejujuran, jujur dalam bentuk aturan, jujur dalam pembiayaan dan jujur dalam penyelesaian waktunya. Dari aspek kejujuran ini petugas pelayanan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelayan yang dipercaya dari segi sikapnya, dapat dipercaya dari tutur katanya, dapat dipercayakan dalam menyelesaikan akhir pelayanan sehingga otomatis pelanggan merasa puas. Unsur pelayanan prima dapat ditambah unsur yang lain.
- 7) Jaminan Hukum. Secara sadar bahwa hasil pelayanan terhadap masyarakat yang berupa surat keputusan, harus mempunyai legitimasi atau

mempunyai jaminan hukum. Bila setiap hasil yang tidak mempunyai jaminan hukum jelas akan mempengaruhi sikap masyarakat, misalnya pengurusan KTP, KK dan lain-lain bila ditemukan cacat hukum akan mempengaruhi kredibilitas instansi yang mengeluarkan surat legitimasi tersebut.

- 8) Keterbukaan. Secara pasti bahwa setiap urusan/kegiatan yang memerlukan ijin, maka ketentuan keterbukaan perlu ditegakkan. Keterbukaan itu akan mempengaruhi unsur-unsur kesederhanaan, kejelasan informasi kepada masyarakat.
- 9) Efisien. Dari setiap pelayanan dalam berbagai urusan, tuntutan masyarakat adalah efisiensi dan efektifitas dari berbagai aspek sumber daya sehingga menghasilkan biaya yang murah, waktu yang singkat dan tepat serta kualitas yang tinggi. Dengan demikian efisiensi dan efektifitas

merupakan tuntutan yang harus diwujudkan dan perlu diperhatikan secara serius.

- 10) Biaya. Pemantapan pengurusan dalam pelayanan diperlukan kewajaran dalam penentuan pembiayaan, pembiayaan harus disesuaikan dengan daya beli masyarakat dan pengeluaran biaya harus transparan dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 11) Tidak Rasial. Pengurusan pelayanan dilarang membeda-bedakan kesukuan, agama, aliran dan politik dengan demikian segala urusan harus memenuhi jangkauan yang luas dan merata.
- 12) Kesederhanaan. Prosedur dan tata cara pelayanan kepada masyarakat untuk diperhatikan kemudahan, tidak berbelit-belit dalam pelaksanaan.

f. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan

Prinsip-prinsip kualitas pelayanan bertujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan lingkungan yang kondusif untuk menyempurnakan kualitas

layanan berkesinambungan dengan dukungan seluruh komponen perusahaan dan pelanggan. Keenam prinsip kualitas layanan adalah sebagai berikut (Shaleh, 2010):

1) Kepemimpinan

Kepemimpinan merupakan kemampuan dalam mengelola potensi yang dimiliki untuk meningkatkan kinerja yang berkualitas. Kepemimpinan penting untuk mengendalikan manajemen dan organisasi perusahaan. Tanpa adanya kepemimpinan yang baik, upaya peningkatan kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang sulit untuk direalisasikan.

2) Pendidikan

Pendidikan tentang konsep kualitas sebagai strategi bisnis, teknik implementasi strategi kualitas, alat, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas harus dimiliki oleh semua komponen perusahaan baik manajer puncak maupun karyawan operasional.

3) Perencanaan Strategik

Cakupan proses perencanaan strategis meliputi tujuan dan pengukuran kualitas sebagai upaya mencapai misi dan visi perusahaan.

4) *Review*

Untuk dapat mewujudkan sasaran yang berkualitas dilakukan mekanisme yang dapat menjamin tercapainya tujuan tersebut. Alat yang sangat penting dan satu-satunya yang dapat digunakan untuk mengubah perilaku organisasi adalah proses review.

5) Komunikasi

Proses komunikasi perusahaan yang meliputi pelanggan, karyawan maupun stakeholder lainnya mempengaruhi implementasi strategi kualitas dalam organisasi.

6) *Total Human Reward*

Aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas adalah reward dan recognition. Karyawan

yang berprestasi perlu diberi hadiah dan harus diakui prestasinya untuk menumbuhkan semangat kerja, motivasi, rasa memiliki dan rasa bangga.

B. Penelitian terdahulu

Tabel 2.1.
Penelitian terdahulu

| No. | Nama penulis | Tahun | Judul | Metode | Hasil | Perbedaan |
|-----|---|-------|--|---|---|--|
| 1. | Arsanam dan Yousapronpaibon (Arsanam, 2014) | 2014 | Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Departemen Farmasi di Rumah Sakit Umum | Jenis penelitian ini deskriptif kuantitatif | Terdapat hubungan yang signifikan antara keseluruhan kualitas pelayanan farmasi pada rumah sakit umum dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,01. | Penelitian sebelumnya menggunakan kuesioner SERVQUAL sedangkan penelitian sekarang instrumennya dimodifikasi dari penelitian Sutriasi Umar (2013). Uji analisis sebelumnya |

| | | | | | | |
|----|------------------------------|------|--|---|---|--|
| | | | | | | menggunakan korelasi Person product moment. Uji analisis sekarang menggunakan regresi berganda |
| 2. | Kawahe (Kawahe et al., 2015) | 2015 | Hubungan antara Mutu Pelayanan Kefarmasian dengan Kepuasan Pasien Rawat Jalan di Puskesmas Teling Atas Kota Manado | Penelitian menggunakan metode survei analitik dengan rancangan <i>Cross Sectional Study</i> . Pengambilan sampel dengan <i>accidental</i> | Adanya hubungan antara pelayanan kefarmasian yaitu ketanggapan, kehandalan, kepedulian, bukti langsung dengan kepuasan pasien di Puskesmas Teling Atas Kota Manado dan tidak adanya hubungan antara pelayanan | Pengambilan sampel sebelumnya menggunakan <i>accidental sampling</i> sedangkan sekarang menggunakan purposive sampling. Uji analisis |

| | | | | | | |
|----|---|------|---|---|--|---|
| | | | | <i>sampling</i> | kefarmasian antara jaminan dengan kepuasan pasien | sebelumnya menggunakan uji chi square. Uji analisis sekarang menggunakan regresi berganda |
| 3. | Kalungia dan Kamanga (Kalungia & Kamanga, 2016) | 2016 | Kepuasan pasien terhadap layanan apotek rawat jalan yang diberikan di Rumah Sakit Pengajaran Universitas (UTH) dan Ndola Central Hospital (NCH) di Zambia | Jenis penelitian ini deskriptif kuantitatif | Hanya 33% pasien yang puas dengan layanan apotek sedangkan mayoritas (61%) sedikit puas dan 6% pasien menunjukkan ketidakpuasan. | Variable penelitian sebelumnya adalah kepuasan pasien sedangkan penelitian sekarang variabelnya kualitas pelayanan dan kepuasan |

| | | | | | | |
|----|----------------------------------|------|--|--|--|--|
| | | | | | | pasien rawat jalan. Uji analisis sebelumnya menggunakan korelasi Person product moment. Uji analisis sekarang menggunakan regresi berganda |
| 4. | Megawati (Megawati et al., 2016) | 2016 | Hubungan Dimensi Mutu Pelayanan Farmasi Rawat Jalan dengan Kepuasan Pasien di RS Baptis Batu: Peran Kepesertaan Asuransi | Desain penelitian deskriptif analitik observasional dengan rancangan Cross | Tidak ada perbedaan yang signifikan pada jenis kelamin, status pernikahan, pendidikan yang ditamatkan dan status bekerja kecuali karakteristik umur di mana umur responden | Penelitian sekarang adalah penelitian kuantitatif. Uji analisis sebelumnya menggunakan |

| | | | | | | |
|----|--|------|--|--|---|--|
| | | | | Sectional Study. Teknik pengambilan sampel menggunakan metoda purposive (<i>purposive sampling</i>) | BPJS-K lebih tua dibanding responden pasien yang un-insured | uji chi square, Sperman rho dan analisis Two Way ANOVA. Uji analisis sekarang menggunakan regresi berganda |
| 5. | Karuniawati (Karuniawati et al., 2016) | 2016 | Evaluasi Pelaksanaan Standar Pelayanan Minimal (SPM) Farmasi Kategori Lama Waktu Tunggu Pelayanan Resep Pasien Rawat Jalan Di RSUD Kota Salatiga | Penelitian ini merupakan penelitian non eksperimental dengan rancangan deskriptif (penelitian survey). Pengambilan sampel dengan | Waktu tunggu rata-rata obat racikan adalah 9,18 menit dan rata-rata waktu tunggu obat jadi atau obat non racikan adalah 5,70 menit. | Variable penelitian sebelumnya adalah evaluasi pelaksanaan SPM sedangkan penelitian sekarang variabelnya |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|---|
| | | | | menggunakan <i>purposive sampling</i> . Statistik dihitung <i>mean</i> , <i>median</i> , dan <i>standar deviasinya</i> . | | kualitas pelayanan dan kepuasan pasien rawat jalan. Penelitian sekarang adalah penelitian kuantitatif. Uji analisis sebelumnya menggunakan statistik dihitung <i>mean</i> , <i>median</i> , dan <i>standar deviasinya</i> . Uji analisis sekarang menggunakan |
|--|--|--|--|--|--|---|

| | | | | | | |
|----|---------------------|------|---|---|--|--|
| | | | | | | regresi berganda |
| 6. | Peter (Peter, 2017) | 2017 | Penilaian Kepuasan Pasien dengan Layanan Farmasi Di Rumah Sakit A di Bayelsa State South-South Of Nigeria | Jenis penelitian ini deskriptif kuantitatif | Responden paling banyak adalah perempuan usia 31-30 tahun yang merasa puas terhadap pelayanan farmasi, informasi obat dan ketersediaan obat. | Variable penelitian sebelumnya adalah kepuasan pasien sedangkan penelitian sekarang variabelnya kualitas pelayanan dan kepuasan pasien rawat jalan. Uji analisis sebelumnya menggunakan uji T-test an ANOVA. Uji |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | analisis sekarang menggunakan regresi berganda |
|--|--|--|--|--|--|--|

C. Kerangka Teori

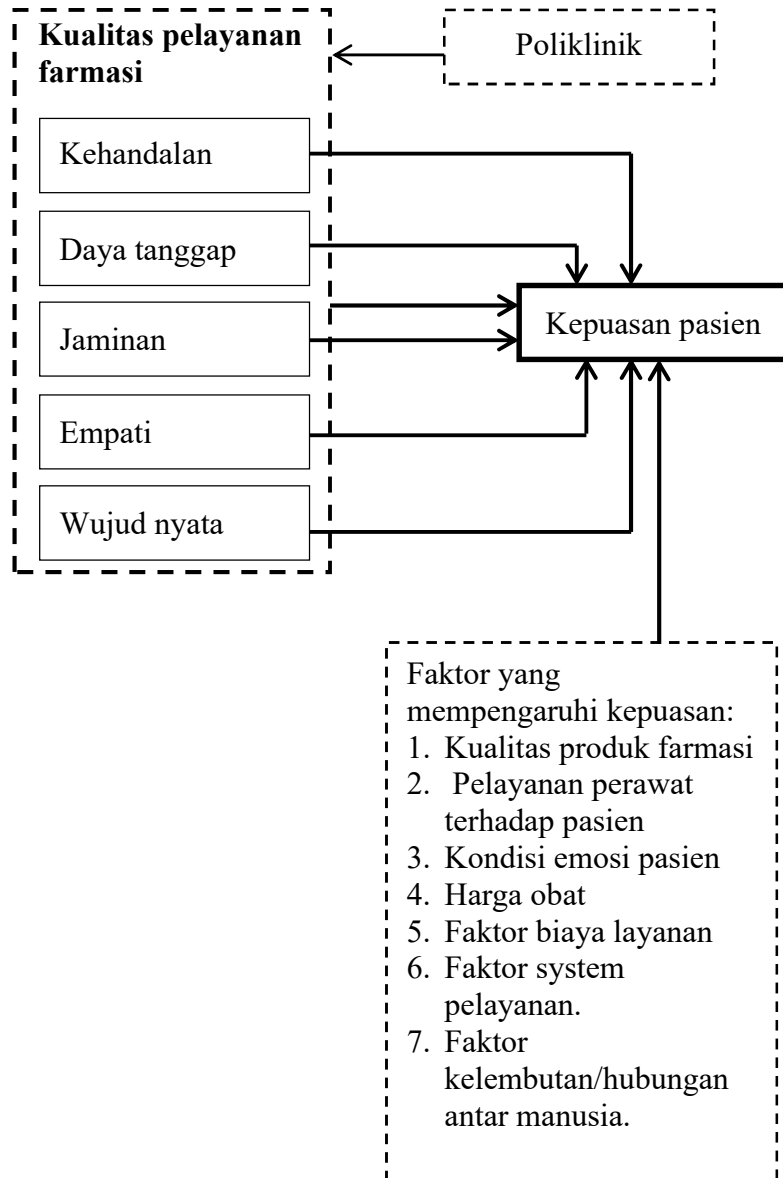
Pelayanan merupakan aktifitas yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan orang / kelompok lain. Pelayanan bagi instansi yang bergerak di bidang jasa sangat penting untuk diperhatikan karena usaha yang dijalankan adalah memberikan jasa yang dimiliki kepada pelanggan yang membutuhkan. Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang instansi, tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan (Rangkuti, 2012).

Kualitas pelayanan dapat dinilai berdasarkan lima dimensi yaitu *empathy*, *tangible*, *assurance*, *reliability* dan *responsiveness* (Irfan, 2012). *Empathy* merupakan kemudahan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan untuk mudah dihubungi, dapat berkomunikasi dengan baik, memberikan perhatian dan memahami kebutuhan pelanggan. *Tangible* merupakan fasilitas fisik, seperti peralatan dan sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan dalam menunjang pelayanan. *Assurance* menunjukkan pengetahuan

keterampilan atau keahlian karyawan untuk memberikan pelayanan sehingga pelanggan merasa aman dan percaya terhadap perusahaan. *Reliability* menunjukkan kemampuan instansi untuk menjalankan pelayanan secara konsisten dan akurat. *Responsiveness* menunjukkan kedayatanggapan/respon pihak instansi untuk memberikan bantuan kepada pelanggannya yang membutuhkan pelayanan.

Pelanggan akan memberikan penilaian yang baik apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik, nyaman dan memuaskan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka (Kotler, dan Keller, 2009). Kepuasan pasien merupakan salah satu tolok ukur yang ditetapkan untuk mengukur keberhasilan layanan yang disediakan di fasilitas kesehatan (Singh et al., 2013).

D. Kerangka Konsep



Kerangka Konsep

Kualitas pelayanan instalasi farmasi rumah sakit memiliki 5 dimensi yang dapat mempengaruhi kepuasan pasien. Dimensi kualitas tersebut adalah kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan wujud nyata. Kepuasan pasien juga dapat dipengaruhi oleh kualitas produk farmasi, kualitas pelayanan perawat terhadap pasien, kondisi emosional pasien, harga obat, faktor biaya layanan, faktor system pelayanan, faktor kelembutan/ hubungan antar manusia dan faktor kenyamanan.

E. Hipotesis

1. Terdapat pengaruh kualitas layanan kefarmasian pada kepuasan pasien rawat jalan di RS Bhayangkara.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan farmasi pada dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan layanan kefarmasian di RS Bhayangkara.